



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS

VANESCA CARVALHO LEAL

**Análise do gênero infográfico no Jornal Digital Folha de São Paulo com base nos
pressupostos da retórica visual**

Fevereiro, 2021
São Cristóvão - SE

VANESCA CARVALHO LEAL

**Análise do gênero infográfico no Jornal Digital Folha de São Paulo com base nos
pressupostos da retórica visual**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Sergipe, como requisito à obtenção do título de Mestre em Letras.

Área de concentração: Estudos Linguísticos.

Linha de Pesquisa: Descrição, Análise e Usos linguísticos.

Orientadora: Profa. Dra. Isabel Cristina Michelan de Azevedo.

Fevereiro, 2021

São Cristóvão - SE

VANESCA CARVALHO LEAL

**Análise do gênero infográfico no Jornal Digital Folha de São Paulo com base nos
pressupostos da retórica visual**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Sergipe, como requisito à obtenção do título de Mestre em Letras.

Área de concentração: Estudos Linguísticos.

Linha de Pesquisa: Descrição, Análise e Usos linguísticos.

Banca de Defesa aprovada em 19/02/2021

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Isabel Cristina Michelin de Azevedo – UFS
Universidade Federal de Sergipe
Presidente (Orientadora)

Prof. Dr. Paulo Roberto Gonçalves Segundo – USP
Universidade de São Paulo
1º Examinador (Externo)

Profa. Dra. Raquel Meister Ko Freitag – UFS
Universidade Federal de Sergipe
2ª Examinador (Interno)

À minha família e amigos, com muito carinho e gratidão, pelo
incentivo e confiança à realização dos meus sonhos.

AGRADECIMENTOS

A linguagem proporciona as teias de intercomunicação que existem entre o “eu” e o “outro”, pois está contida no ser humano e faz parte de sua construção, possibilitando diversas formas de enxergar o mundo ao permitir transcender no modo de se expressar.

Essa transcendência devo, primordialmente, a Deus – ser onisciente que direcionou os meus passos e me proporcionou paciência, persistência e ânimo para chegar até aqui – “a ti, Senhor, gritei que estava puro e na natureza ouvi a tua voz” (Vinícius de Moraes).

Aos meus pais, de quem recebi o dom mais precioso do universo – a vida. Por isso, já seria eternamente grata, entretanto agradeço, sobretudo, à minha mãe, por cultivar os valores mais soberanos, tornando-me uma adulta responsável, forte e corajosa. “Se um dia, já homem feito e respeitado, sentires que a terra cede a teus pés, [...] esquece a tua maturidade, passa pela tua mocidade, volta a tua infância e balbucia, [...] Meu Pai, Minha Mãe...” (Rui Barbosa).

À minha orientadora, Profa. Dra. Isabel Cristina Michelan de Azevedo, por me acompanhar e contribuir intelectualmente, principalmente no campo da argumentação, assim como pela responsabilidade, paciência e apoio, cujos ensinamentos e palavras de incentivo serão sempre lembrados. “Educar é mostrar a vida a quem nunca a viu. O educador diz: Veja! – E, ao falar, aponta. O aluno olha na direção apontada e vê o que nunca viu. Seu mundo se expande. Ele fica mais rico interiormente” (Rubem Alves).

Aos membros da banca examinadora de qualificação e defesa, o Prof. Dr. Paulo Roberto Gonçalves Segundo, pela disponibilidade, prestatividade e pelas valiosas contribuições e orientações passadas. E, em especial, à Profa. Dra. Raquel Meister Ko Freitag (professora do Programa de Pós-Graduação em Letras), que, com seu jeito único, cativou-me durante as disciplinas ministradas, sempre propondo ideias pertinentes à pesquisa, bem como proporcionando sugestões a trabalhos futuros. “Conhecimento é informação com significado, capaz de criar movimento, modificar fatos, encontrar caminhos, construir utilidade” (Eugenio Mussak).

Aos demais professores do Programa de Pós-graduação em Letras, que sabiamente me fizeram perceber que o conhecimento é algo que se busca incessantemente – “o universo é finito, mas ilimitado” (Frei Betto).

Aos colegas de mestrado, especialmente, Bruno Pinheiro, Débora Simões, Josefa Félix e Talita Menezes, que em um surto de loucura, unimo-nos em um ato único, paradoxal e redundante, mas verdadeiro. “Um dia, cada um de nós irá se separar... Sentiremos saudades

[...] das descobertas que fizemos, dos sonhos que tivemos, [...]. Saudades até dos momentos de lágrimas, da angústia, das vésperas dos finais de semana, dos finais de ano, enfim, do companheirismo vivido” (Fernando Pessoa).

Aos meus ex-professores e amigos Déborah Leal, Gilza Andrade e Jailson Almeida, por todo incentivo, atenção e por acreditaram em meu potencial, sempre me acolhendo com palavras de carinho e positividade. “A arte de aprender é eterna e exercer a profissão é trabalhar num belo e excitante jardim [...]” (Augusto Cury).

À D. Augusta (mãe de Talita), por todas as orações e clamores a Deus para que tudo ocorresse da melhor forma, bem como pelos momentos de conversas e risos energizantes. “Tenho a sorte de ter uma segunda mãe, a senhora”.

Aos meus amigos, pela compreensão nos momentos de correria, pelo apoio, estímulo e por estarem presentes, mesmo distantes. “E quando a amizade cria laços e se fortalecem raízes e de todos os galhos nascem frutos, afetos. E se sonha e se gargalha junto, mandando os ecos para que todos os cantos sejam penetrados e o mundo redescubra que ainda existe amor” (Victor Drummond).

Não poderia deixar de agradecer aos meus sobrinhos, Guilherme e Saullo, que, mesmo em sua inocência, torceram e vibraram com a concretização de mais um sonho. “Ser tia é amar uma pessoinha que não é sua, mas a quem você pertence. É acompanhar a vida de quem vive outras histórias e que eternamente fará parte da sua” (Adamaris Elias).

Por fim, a todos que contribuíram (in) diretamente para que a realização deste trabalho fosse possível e, assim, mais um sonho conquistado, os meus sinceros agradecimentos.

A retórica é útil porque a verdade e a justiça são por natureza mais fortes que os seus contrários.
(Aristóteles)

LEAL, Vanesca Carvalho. **Análise do gênero infográfico no Jornal Digital Folha de São Paulo com base nos pressupostos da retórica visual**. Dissertação (Mestrado em Letras) – concentração em Estudos Linguísticos, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2021.

RESUMO

A pesquisa apresenta uma análise linguística, associada aos estudos retóricos, em torno dos usos dos processos argumentativos na inter-relação estratégica entre os recursos verbais e visuais no contexto midiático, sob uma perspectiva ainda incipiente na área de descrição linguística. O estudo desenvolve-se a partir do seguinte problema: Como recursos visuais e verbais desempenham papéis e valores argumentativos nos infográficos no jornal digital Folha de São Paulo? Diante disso, objetiva descrever, à luz da Retórica Visual, os recursos verbais e não-verbais que contribuem para a construção argumentativa do gênero infográfico. O *corpus* de análise são 38 infográficos estáticos do jornal digital de maior circulação no país, Folha de São Paulo, especificamente, no período de agosto a outubro de 2018, período que compreende as eleições para presidência da república. Essa escolha se justifica pelo fato de remontar o nascimento da retórica, surgida a partir de aspectos políticos e da busca pelo poder, e são descritos a partir de análises da linguagem empregada nos textos, reguladas pelos princípios retóricos e argumentativos visuais. Dessa forma, apresenta uma proposta de método analítico, por meio de dois quadros com critérios que conglomeram pistas verbais e pistas visuais para composição e estrutura formal de um infográfico, além de considerar o estudo da Nova Retórica, de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014). Este estudo apresenta-se como uma pesquisa quanti-qualitativa que reúne pressupostos teóricos a respeito da argumentação considerando os trabalhos de Alexandre Júnior (2005), Perelman (1977), Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014). Com relação à literatura específica sobre retórica e argumentação visual, Kjeldsen (2012, 2013, 2015), Mateus (2016) e Roque (2009, 2012, 2016). E para abordar as pesquisas existentes sobre o infográfico foram adotados, como centrais, Colle (2004), Fogolari (2009), Lima (2015), Moraes (2013), Nascimento (2013) e Teixeira (2007, 2009). A pesquisa evidencia três resultados principais. O primeiro deles é que os infográficos estudados organizam-se, em sua maioria, em categorias gerais – exposição de dados estatísticos e, de modo mais específico – diagramáticos e de descrição por comparação. Os dados mostram, em segundo lugar, que não é o número de critérios técnicos composicionais que define o fator primordial para a promoção de efeitos retóricos no gênero, mas a articulação entre os elementos verbo-visuais. Por fim, os resultados apontam que os infográficos analisados depreendem em maior relevância de (1) o acordo prévio; (2) o argumento pragmático; (3) o julgamento de valor, reforçado por ligações de coexistência; (4) o efeito de presença, por meio das figuras de repetição e amplificação; e (5) toda argumentação propõe uma escolha seletiva dos recursos verbo-visuais que serão utilizados. Isso significa que, apesar de se tratar de um gênero tipicamente informativo, possui um viés argumentativo não esperado pelo auditório. Logo, o estudo servirá de referência para a consolidação de um corpo de pesquisas sobre argumentação visual, mais especificamente, verbo-imagética, bem como uma possível aplicação ao ensino para a leitura crítica do gênero. Ainda pode ser desenvolvido um trabalho sobre processamento cognitivo da leitura e compreensão no gênero infográfico.

PALAVRAS-CHAVE: Retórica Visual. Verbo-visual. Infográfico.

LEAL, Vanesca Carvalho. **Analysis of the infographic genre at the Digital Newspaper Folha de São Paulo based on the presuppositions of the Visual Rhetoric**. Dissertation (Masters degree in Modern Languages) – focus on Linguistics Studies, Federal University of Sergipe, São Cristóvão, 2021.

ABSTRACT

The research presents a linguistics analysis, associated to the rhetorical studies, surrounding the uses of argumentative processes in the strategic inter-relation between verbal and visual resources in the media context, from a yet incipient perspective in the area of descriptive linguistics. The study is developed from the following problem: how do visual and verbal resources play a role and have argumentative values in the Folha de São Paulo digital newspaper's infographics? That being said, it aims to describe, in light of the visual rhetoric, the verbal and non-verbal resources that contribute to the argumentative construction of the infographic genre. The *corpus* of the analysis are 38 statistical infographics from the newspaper with the largest circulation in the country, Folha de São Paulo, specifically the period going from August to October of 2018, period that comprises the Presidential elections. This choice is justified due to the fact that it relates to the rebirth of rhetoric, emerged from political aspects and the search for power, and are described starting from analysis of the language employed in the texts, regulated by the rhetorical principles and visual arguments. Thus, it presents a proposal for an analytical method, using two tables with criteria that combine verbal cues and visual cues for the composition and formal structure of an infographic, in addition to considering the study of New Rhetoric, by Perelman and Olbrechts-Tyteca (2014). This study is presented as a quantitative-qualitative research that gathers theoretical presupposition regarding the argument, considering the works of Alexandre Júnior (2005), Perelman (1977), Perelman and Tyteca (2014). Regarding the specific literature about rhetoric and visual argument, Kjeldsen (2012, 2013, 2015), Mateus (2016) and Roque (2009, 2012, 2016). And to approach the existing researches about the infographic, Colle (2004), Fogolari (2009), Lima (2015), Moraes (2013), Nascimento (2013) and Teixeira (2007, 2009) will be mainly used. The research evidences three main results. The first one is that the studied infographics are, mostly, organized in general categories – statistic data exposition and, more specifically – diagrammatic and descriptive by comparison. Data shows, secondly, that it is not the number of technical compositional criteria that defines the primordial factor to the promotion of rhetorical effects in the genre, but the articulation between the verb-visual elements. Lastly, the results indicate that the analyzed infographics imply in greater relevance (1) the previous deal; (2) the pragmatic argument; (3) the judgment of value, reinforced by connections of coexistence; (4) the effect of the presence, through figures of repetition and amplification; and (5) all argumentation proposes a selective choice of verb-visual resources that will be used. That means that, despite being a typical informative genre, it has a perspective of argumentation which is not expected by the audience. Therefore, the study will serve as a reference for a *corpus* of researchs consolidation about visual argumentation, more specifically, verb-imagetic, as well as a possible application of a critical reading of the genre to the teaching. A paper about cognitive reading and comprehension processing in the infographic genre may still be developed.

KEY-WORDS: Visual Rhetoric; Verb-visual; Infographic.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo das três funções semânticas da linguagem.....	27
Figura 2 – Propaganda de massas Panzani	30
Figura 3 – Gráfico de variação de temperatura	34
Figura 4 – Cartaz anti-guerra 1.....	36
Figura 5 – Manuscrito Ms. Ashmole de 1431	49
Figura 6 – Manuscritos estudos dos embriões e dissecação de cadáveres humanos.....	49
Figura 7 – Baleia dividida em escalas	50
Figura 8 – The snake service	50
Figura 9 – Infográfico Mr. Blight's House	51
Figura 10 – Mapa topográfico dos exércitos na região do Chaco	51
Figura 11 – A navegação brasileira	52
Figura 12 – Passos para produção de um infográfico.....	54
Figura 13 – Modelo tipológico funcional de Nascimento	55
Figura 14 – Adaptação dos modelos tipológicos que mais coadunam com o objetivo da pesquisa	58
Figura 15 – Jornais de maior circulação no país em 2019.....	64
Figura 16 – Gráfico com número de inserções ao dia dos candidatos à presidência na TV	66
Figura 17 – A Máquina de votar.....	79
Figura 18 – Ligações destacadas entre gravuras, setas e conectores.....	83
Figura 19 – Eleição tem número recorde de vices mulheres.....	87
Figura 20 – Reforma tributária: um imposto sobre o consumo	94

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Número de infográficos que compõem o <i>corpus</i> da pesquisa separados por grupos característicos	66
Tabela 2 – Número final de infográficos, por categoria, que compõe o <i>corpus</i> da pesquisa...	67

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Síntese dos modelos tipológicos.....	55
Quadro 2 – Critérios de análise para pistas de produção verbal.....	72
Quadro 3 – Critérios de análise para pistas de produção visual	73
Quadro 4 – Transcrição do infográfico “A máquina de votar”	80
Quadro 5 – Transcrição do infográfico "Eleição terá número recorde de mulheres"	88
Quadro 6 – Transcrição do infográfico "Reforma tributária: um imposto único sobre o consumo"	95

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ATD	Análise Textual Discursiva
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CCiF	Centro de Cidadania Fiscal
GDV	Gramática do Designer Visual
GELINS	Grupo de Estudos em Linguagens, Interação e Sociedade
Cofins	Contribuição para Financiamento de Seguridade Social
GPARA	Grupo de Pesquisa em Argumentação e Retórica Aplicadas
ICMS	Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias
IGs	Infográficos
IPI	Imposto de produtos Industrializados
ISS	Imposto Sobre serviço
IVA	Imposto sobre Valor Agregado
JPEG	Joint Photographics Experts Group
PIS	Programa de Integração Social;
PROFLETRAS	Programa de Mestrado Profissional em Letras
STF	Superior Tribunal Federal
TPS	Testes Públicos de Segurança
TRE	Tribunal Regional Eleitoral
TSE	Tribunal Superior Eleitoral
UFS	Universidade Federal de Sergipe

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 RETÓRICA: ABORDAGEM TEÓRICA.....	21
2.1 Aspectos gerais da Retórica: da desvalorização ao surgimento de uma Nova Retórica	21
2.2 Retórica Visual	28
2.2.1 A imagem	28
2.2.2 Retórica e Argumentação Visual.....	32
2.2.3 Pontos de partida para uma análise retórico-argumentativa.....	38
3 O GÊNERO INFOGRÁFICO: CONCEITOS, TIPOS E RECURSOS SEMIÓTICOS	46
3.1 Compreendendo infográficos	46
3.2 Tipologias dos infográficos	53
3.3 Possibilidade argumentativa na Infografia	58
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	62
4.1 Caracterização do objeto de estudo.	62
4.2 Constituição do <i>corpus</i> e coleta de dados.....	64
4.3 Procedimentos metodológicos e analíticos.....	68
5 ANÁLISE DOS DADOS	77
5.1 Infográfico “A máquina de votar”	77
5.2 Infográfico “Eleição terá número recorde de vices mulheres”	86
5.3 Infográfico “Reforma tributária: um imposto único sobre o consumo”	92
5.4 Discussão dos resultados	102
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	105
REFERÊNCIAS.....	111
ANEXOS.....	117
Anexo 1 – Gráfico com pistas de produção verbal.....	117
Anexo 2 – Gráfico com pistas de produção visual	117

1 INTRODUÇÃO

O interesse em estudar textos multimodais está atrelado à frequência de uso desses elementos na cultura brasileira contemporânea, visto que cada vez mais há interação entre os indivíduos e as informações presentes em todos os ambientes, seja em jornais, revistas, *outdoors*, televisão ou internet. Também, por apresentar de forma simultânea diversos elementos que não devem ser vistos somente como algo estético e expressivo, mas como recursos que se estruturam em dimensões sociais, políticas e comunicativas (KREES; VAN LEEUWEEN, 1996).

Define-se texto “[...] como unidade complexa de significação, sua produção e compreensão devem levar em conta as condições de sua produção [...], exigindo de seus participantes conhecimentos não só linguísticos como extralinguísticos [...]” (CASTILHO, 2019, p. 694), também, considera-se como um sistema que conecta elementos verbais e visuais no seu processamento (MARCUSCHI, 2008). Nessa perspectiva, os elementos apresentados visualmente podem agregar valores significativos às formas de comunicação, visto que os aspectos visuais se unem aos verbais não apenas para ilustrar, mas com o intuito de apresentar novos sentidos, confirmando-os. Logo, viabilizar a familiaridade com textos “que efetivam suas significações por meio do emprego de mais de um código semiótico” (KREES; VAN LEEUWEEN, 1996, p.183) é algo desafiador, uma vez que permitem diversas maneiras de interação ao abarcar aspectos linguísticos, pragmáticos e cognitivos no estudo da língua.

Posteriormente, o interesse foi aguçado ao perceber como esses recursos podem conter um valor argumentativo, principalmente em gêneros cuja finalidade é transmitir uma informação, pois, ao mesmo tempo em que demonstram certa neutralidade, possibilitam a apresentação de elementos verbais e visuais que, de forma seletiva e estratégica, são escolhidos para defender um ponto de vista. Desse modo, ao ter como análise gêneros multissemióticos, a ideia é que não haja uma hierarquia entre o linguístico e o não linguístico, uma vez que os recursos podem representar sistemas fundamentais de significado de forma própria, única, com mensagens estruturadas e organizadas (KRESS; VAN LEEUWEEN, 1996). Além disso, a análise de gêneros informativos na perspectiva retórica visual é um estudo incipiente na área de Linguística, bem como na linha de descrição, o que motiva a conhecer e aprofundar ainda mais os estudos nesse campo.

Na contemporaneidade, é urgente o trabalho com gêneros desse tipo, visto que a cada período da história surgem novas formas de comunicação e, como resultado, surgem, também,

novos gêneros textuais que englobam, cada vez mais, recursos heterogêneos de apresentação, de visualização de informações e de persuasão. Um exemplo marcante é o poder imediatista que esses gêneros exercem nos meios de comunicação e, conseqüentemente, sobre os indivíduos, pois garantem um alcance ao interlocutor de modo rápido e eficaz na promoção de significados, acendendo o desejo em obter cada vez mais produtos, devido à utilização acentuada da imagem. Características como essas são marcantes do gênero publicitário, que tem por objetivo garantir a venda de produtos e ampliar o mercado consumidor.

De acordo com Barthes (1990), gêneros com essas particularidades são produzidos de maneira intencional, entretanto, algumas questões permanecem “[...] como o sentido chega à imagem? Onde termina o sentido? E, se termina, o que existe além dele? (BARTHES, 1990, p.27). Para esse autor, as imagens por si só apresentam uma diversidade de sentidos – são polissêmicas, o que amplia o interesse pelo texto verbal para se chegar a um significado definido. Contudo, a provocação que as perguntas reúnem é entender as possibilidades de constituição de uma argumentação visual (ROQUE, 2016), isto é, a definição dos papéis e dos valores argumentativos que os recursos verbais e os visuais podem exercer paralelamente com o intuito de convencer e/ou persuadir o auditório.

A retórica é qualificada como uma disciplina vasta pelo pluralismo e confrontação de opiniões (MEYER, 2011) e, nesse sentido, a retórica visual é um campo ainda mais abrangente, pois engloba em seus estudos uma visão holística dos processos simbólicos e como estes contribuem para o processo comunicativo. Assim, Blair (2008) expõe três motivos principais para inclusão do estudo da Retórica Visual na atualidade: (1) o poder evocativo realista da imagem; (2) a imagem fornece a compreensão da experiência humana, pois ela é capaz de invocar reações involuntárias, comovendo muito mais que a palavra; e (3) a imagem possui a tese da permanência – estabelecida e prolongada por ser visível. Além disso, devido à exposição cada vez mais frequente do uso acentuado de *semioses* associadas à imagem – fontes, linhas, tamanhos, cores, efeitos visuais, escrita e formatações variadas; como também novas formas de produzir e interagir – unindo-se a sons e movimentos que podem proporcionar diferentes sentidos ao texto, surge a inquietação em trabalhar com um gênero que contemple tais aspectos, associados a uma perspectiva argumentativa.

A pesquisa apresenta, então, como ponto importante para a análise da Retórica Visual, o gênero infográfico. Este foi recentemente incorporado na sociedade, embora a sua primeira utilização remontasse à História Antiga, quando eram utilizadas várias *semioses* para expor informações à comunidade. Com o passar do tempo, essa utilização repercutiu, por exemplo, nos estudos da botânica e nos estudos dos embriões, bem como nas estratégias militares.

Entretanto, é no início do século XX que a expressão infográfico surge, a partir da tradução aglutinada da expressão em inglês *informational graphics*, que gerou o termo *infographic*.

O infográfico, como o próprio nome já diz, é um gênero caracteristicamente informativo que apresenta mensagens verbo-visuais que se complementam e tem por propósito resumir de forma clara e simples informações complexas. Segundo Ribeiro (2016), é um texto multimodal por excelência e de alto nível, pois contempla em sua estrutura básica, pelo menos, palavras e imagens, bem como é possível agregar diversos outros elementos, por exemplo, sons e movimentos, também é um gênero com circulação ampla nos veículos midiáticos, sejam eles impressos ou digitais. Além disso, um ponto que a autora considera bem interessante é que o infográfico é o resultado de um planejamento realizado por diversos profissionais e não só o infografista.

O estudo dos infográficos, por ter como base a informação, está voltado, em sua maioria, ao campo do *designer* e da comunicação na visualização de dados. Em Linguística, os trabalhos englobam o ensino da língua, o desenvolvimento da leitura e da produção escrita, como demonstrado em revisão sistemática realizada no Catálogo de Teses e Dissertações da Capes. De acordo com a revisão, foram encontrados cento e dois trabalhos sobre infográficos: vinte e oito na grande área de Linguística, Letras e Artes; e no Programa de Letras, especificamente, há quatorze resultados – onze são do PROFLETRAS (Programa de Mestrado Profissional em Letras), inclusive dois pertencem à UFS (Universidade Federal de Sergipe) – e três dissertações acadêmicas, sendo treze delas voltadas para a área do ensino e uma que define os conceitos, os tipos e os recursos semióticos dos infográficos.

É importante frisar, então, três trabalhos que contribuíram para a produção desta pesquisa: o de Fogolari (2009), que faz um estudo sociorretórico do gênero infográfico nas publicações do Jornal Folha de São Paulo; o de Nogueira (2014), que discute a visualização dos dados e o discurso persuasivo do *designer* gráfico, a partir da análise dos atributos visuais dos infográficos, fundamentado numa perspectiva transdisciplinar da Nova Retórica – de Perelman e Olbrechts-Tyteca, Percepção Visual e na Semiótica de Peirce, a partir da análise de infográficos da seção Jornais da 6ª Mostra Nacional de Infografia de 2012, o Infolide. E o de Nascimento (2013), que propõe um conceito que abarca tanto a estrutura quanto a funcionalidade dos infográficos no interior das publicações, seja para explicar fatos, expor dados ou narrar acontecimentos.

Este estudo tem característica (quase) inédita, devido à incipiência do gênero infográfico no que diz respeito à argumentação, de modo que busca contribuir para um maior aprofundamento dos estudos do gênero, observando em particular o infográfico dentro da

ótica da Retórica Visual. Logo, sugere-se que, apesar de o gênero estudado possuir característica sucinta e objetiva e não ter a intencionalidade de convencer e persuadir o leitor de forma direta – como a publicidade faz – possui intrinsecamente elementos verbais e visuais que podem exercer papéis argumentativos. Nesse contexto, assume-se como hipótese de pesquisa que a “objetivação” do gênero sugere uma escolha entre o que é relevante e o que não é para apresentar um determinado ponto de vista sobre o assunto tratado, isto é, a “objetivação” atua como um modo tático discursivo para tentar garantir a adesão do auditório. Essa discussão é o diferencial proposto pela pesquisa e pode servir como colaboração teórica aos trabalhos nesse campo. Isso confirma a ideia proposta por Amossy (2018), de que todo enunciado expresso de modo preciso por um determinado interlocutor ou no interdiscurso contemporâneo pode confirmar, refutar ou problematizar posições anteriores, isto é, são enunciados em que há argumentação.

A infografia é um recurso importante, pela sua expressiva utilização em jornais impressos e digitais (LIMA, 2015). Destarte, a pesquisa apresenta uma análise linguística em nível textual-discursivo, isto é, descrita como um processo que se inicia na separação do texto em unidades de significado, perpassa pela articulação de significados semelhantes, por meio da categorização e tem na escrita seu fundamento enquanto ferramenta mediadora na produção de significados (MORAES; GALIAZZI, 2006). Desse modo, a análise se desenvolve por meio de estudos retóricos em torno dos usos dos processos argumentativos na inter-relação estratégica entre os recursos verbais e os visuais no contexto midiático.

Esta pesquisa guiou-se pelo seguinte problema: Como recursos visuais e verbais desempenham papéis e valores argumentativos nos infográficos no jornal digital Folha de São Paulo? Perante a formulação do problema, Leal (2002) explica que a pesquisa permite uma busca de dados, possibilitando informações a fim de esclarecer, compreender, resolver ou contribuir para uma solução. Essa investigação propõe-se, então, a responder aos seguintes questionamentos: (i) os jornais digitais incluem elementos retóricos nos infográficos? (ii) há interação argumentativa entre o verbal e o visual no gênero infográfico? (iii) de que modo a quantidade de critérios técnicos de composição dos infográficos pode interferir e/ou influenciar nos efeitos retóricos do gênero?

O objetivo geral é descrever, à luz da Retórica Visual, os recursos verbais e não-verbais que contribuem para a construção argumentativa do gênero infográfico. Para conseguir chegar a essa finalidade, constituíram-se os seguintes objetivos específicos: (1) definir os aspectos formais, históricos e as áreas de foco da Retórica Visual; (2) discutir a caracterização do gênero infográfico, suas tipologias, bem como a possibilidade desse gênero,

de caráter informativo e objetivo, conter elementos escolhidos estrategicamente para defender um ponto de vista; (3) propor um método analítico para observação dos elementos técnicos composicionais, referentes à estrutura e à organização de um infográfico jornalístico; (4) destacar os elementos verbais e os visuais que são favoráveis ou potencializam uma análise argumentativa.

O *corpus* de análise foi formado por 38 (trinta e oito) infográficos publicados no jornal digital Folha de São Paulo, apresentado como o pioneiro em usar o infográfico sistematicamente em suas páginas e o primeiro a publicar o Manual de infografia, em 1998. A delimitação do *corpus* de análise compreende os meses de agosto a outubro de 2018, período que envolve as eleições para presidência do país e remonta a história da Retórica, que surge a partir de uma disputa pelo poder de terras e, principalmente, pelo poder da palavra. Quanto aos recursos imprescindíveis para a realização da investigação, são facilmente disponíveis, o que a torna viável, pois os infográficos que constituíram o *corpus* são acessíveis, desde que se faça a assinatura do jornal.

O embasamento teórico acerca da argumentação considerou os trabalhos de Alexandre Júnior (2005); Amossy (2018); Grácio (2014; 2019); Perelman (1977); Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014). Com relação à literatura específica sobre retórica e argumentação visual, Foss (2008), Kjeldsen (2012, 2013, 2015), Mateus (2016) e Roque (2009, 2012, 2016). E para abordar as pesquisas existentes sobre o infográfico foram adotados Colle (2004), Fogolari (2009), Lima (2015), Moraes (2013) e Nascimento (2013).

A pesquisa possui um caráter bibliográfico e documental e é de natureza quanti-qualitativa, tendo caráter descritivo e exploratório. A proposta de análise é baseada no estudo da Nova Retórica, de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014), e exemplificada por meio das áreas de uso dos artefatos visuais propostos por Foss (2008). A primeira etapa se deu a partir da observação de trabalhos anteriores. Em seguida, fez-se uma revisão sistemática de cunho bibliográfico e com a coleta do *corpus* foi realizada a caracterização e a categorização do gênero infográfico, de acordo com uma adaptação das categorias promovidas por Colle (2004) e Fogolari (2009). Após a organização dos textos, realizou-se a descrição dos infográficos, por meio de critérios baseados em pistas de produção verbal, pistas de produção visual e técnicas argumentativas.

A fim de dar conta dessa proposta, o presente estudo está organizado em quatro seções. Inicialmente, apresenta-se a revisão da literatura, que compreende a base teórica para esta pesquisa, por meio da história da retórica, principais definições – desde o seu surgimento à sua desvalorização e ao aparecimento de uma retórica da renovação –, apresenta a

concepção de língua e de linguagem que se adéqua ao objeto de estudo e, ainda, expõe a definição de Retórica Visual e Argumentação visual, a importância da imagem na sociedade desde o início dos tempos à contemporaneidade. Bem como, os pontos de partida da argumentação, defendidos por Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014).

A seção seguinte compreende a evolução histórica do infográfico, bem como uma possível definição para o gênero, além de demarcar a necessidade de produção de informações rápidas e de fácil acesso com o uso, cada vez mais frequente, da imagem. Em seguida, apresenta-se um quadro com a descrição de modelos tipológicos dos infográficos no que se refere às suas formas de apresentação, de composição e de funcionalidade. Por fim, expõe a possibilidade argumentativa da infografia – ponto de maior destaque –, visto ser um gênero que seleciona estrategicamente em sua estrutura recursos para tentar garantir a adesão do auditório à tese que está sendo defendida.

Os procedimentos metodológicos e analíticos são apresentados na terceira seção, com o passo-a-passo do que foi realizado para o desenvolvimento da pesquisa, de acordo com os objetivos propostos. Assim, demonstra a caracterização do objeto de estudo; apresenta os procedimentos de análise; exhibe a coleta, a apresentação dos dados e a proposta de um método analítico, por meio de dois quadros com critérios de análise que englobam pistas de produção verbal e pistas de produção visual que permite replicabilidade a estudos futuros, quando se trata de observar a estrutura e a organização do infográfico; além de considerar o estudo da Nova Retórica, de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014), para análise minuciosa e interpretativa do *corpus*.

Diante dos procedimentos metodológicos definidos, a última seção exhibe a análise dos dados, a partir dos critérios pré-estabelecidos. Inicialmente, apresenta o “exercício” de análise, com o infográfico “A máquina de votar”, que serviu de base para as demais análises. Posteriormente, apresenta a descrição interpretativa dos dois infográficos selecionados – “Reforma tributária: um imposto único sobre o consumo” e “Eleição terá número recorde de vices mulheres”, uma vez que foram os que contiveram o menor e o maior número de critérios dos quadros de análise desenvolvidos. E, para finalizar, apresenta-se uma pequena seção com a discussão dos resultados observados na análise.

Ao realizar a exposição geral do que se constitui cada seção deste texto, faz-se o convite à realização da leitura.

2 RETÓRICA: ABORDAGEM TEÓRICA

Nesta seção são apresentadas as teorias que servem de base a esta pesquisa, o que se faz em três partes. Na primeira delas, apresenta-se uma breve discussão sobre os aspectos gerais que definem e expressam a história da retórica, principais definições, desde seu surgimento à desvalorização e o aparecimento de uma retórica da renovação, considerando os trabalhos de Alexandre Júnior (2005); Perelman (1977), Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014). Também é apresentada a concepção de língua e de linguagem adotada, de acordo com o objeto de estudo.

Na segunda parte, faz-se uma explanação sobre a imagem, sua importância na sociedade, desde o início dos tempos à contemporaneidade e à possibilidade de uma argumentação visual, a partir dos conceitos de Foss (2008), Kjeldsen (2012, 2013, 2015), Mateus (2016) e Roque (2009, 2012, 2016). E, finalmente, os pontos de partida argumentativos, desenvolvidos por Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014), com os lugares do preferível; os dados do discurso: escolha, presença e comunhão; e os tipos de argumentos.

2.1 Aspectos gerais da Retórica: da desvalorização ao surgimento de uma Nova Retórica

A Retórica tem sido estudada nas várias áreas do saber, explorando as diversas maneiras de atuar no campo do conhecimento. De acordo com Meyer (2011), é uma disciplina ampla por diversas razões: uma delas seria pelo pluralismo e confrontação de opiniões e ideias; outra razão seria pelo imediatismo vivenciado na sociedade contemporânea e a necessidade de persuadir e de convencer uns aos outros, devido à grande influência que a mídia exerce sobre as pessoas; e a terceira razão apresentada pelo autor é metodológica, pois, para ele, a retórica se tornou a nova matriz dos sentidos racionais humanos, principalmente pela sensação de pertencimento e de identidade com a comunidade a que concerne.

Uma disciplina tão ampla possui, também, muitos conceitos difíceis de serem definidos, pois, como diz Meyer (2002, p.265), “as definições que foram dadas da retórica revelam o quadro teórico escolhido”, isto é, classifica a expressão como um “quebra-cabeça” que depende da linha de pensamento de cada autor. Assim, diante de tantas definições existentes, Alexandre Júnior (2005, p.22) apresenta quatro que dão destaque ao termo retórica: (i) arte geradora de persuasão (Córax e Tísias, Górgias e Platão); (ii) descoberta dos meios de persuasão de um dado assunto (Aristóteles); (iii) faculdade de falar bem assuntos públicos (Hermágoras); e (iv) ciência do bem falar (Quintiliano).

Um ponto em comum entre todas essas definições é que a retórica surgiu como prática social através da demonstração oral, inspirada em formas de comunicação que utilizavam palavras e expressões com objetivos persuasivos.

A retórica (como metalinguagem) nasceu do processo de propriedade. Por volta de 485 a.C., dois tiranos sicilianos, Géron e Hiéron, operaram deportações, transferências de população e expropriações, para povoar Siracusa e distribuir lotes aos mercenários; quando foram derrubados por um levante democrático e se quis voltar ao *ante qua*, houve inumeráveis processos, pois os direitos de propriedade estavam obscurecidos. Esses processos eram de um tipo novo: mobilizavam grandes júris populares, diante dos quais, para convencer, era preciso ser ‘eloquente’. Essa eloquência, participando ao mesmo tempo da democracia e da demagogia do judicial e do político (o que se chamou depois de deliberativo), constitui-se rapidamente em objeto de ensino [...] (BARTHES, 2001, p.9).

É importante frisar que essa arte tem origem a partir do uso da linguagem como poder de transformação e como prática de reivindicação de benefícios. Assim, a retórica nasce como exercício social e, ao mesmo tempo em que é publicado por Córax e Tísias, o Manual de Retórica se torna uma das disciplinas mais conhecidas internacionalmente, preocupadas com a organização do discurso (*dispositio*); enquanto por Górgias, numa perspectiva paradigmática, valoriza-se o *elocutio* (os elementos expressivos socialmente). Essa proposta de ser bem expressivo, de falar bem em público ocorre desde a época de Homero, pois “falar bem era tão importante para o herói, para o rei, como combater bem” (ALEXANDRE JUNIOR, 2005, p.16).

Dessa forma, o primeiro paradigma da retórica é o pensamento dos considerados mestres da arte do bem falar, os sofistas¹ (MAZZALI, 2008). Entretanto, durante um determinado período da história, a retórica foi vista, apenas, como uma manipulação discursiva que se utilizava de ornamentos linguísticos para enganar, não sendo avaliada como ciência.

Assim, no uso comum, a palavra retórica foi adquirindo um valor pejorativo de que só mais recentemente vem se libertando. Expressões como “a hora não é de

¹ “O movimento sofístico surge na Grécia no século V. a.C. e deve ser compreendido como um movimento que responde às necessidades de ampliar e renovar as estruturas sócio-político-culturais da época, proporcionando aos jovens uma nova educação capaz de os tornar competentes nas práticas públicas. [...] São técnicos de retórica, de oratória e de eloquência. [...] O ensino sofístico encontrava-se essencialmente ligado à argumentação e à retórica ou, mais precisamente, à capacidade de usar a palavra e de fazer discursos persuasivos e convincentes, discursos que permitissem que quem os fizesse atingisse os objetivos perseguidos. [...] Contudo, a par dos partidários e entusiastas deste tipo de ensino, cedo surgiram, por parte dos filósofos, fortes críticas e acusações à pedagogia com que eles procuravam formar a juventude. Esta crítica acabou por dar dos sofistas a imagem de ‘filósofos malditos’ e de os lançar no descrédito. No entanto há que assinalar a importância dos sofistas dizendo que o grande legado que eles nos deixaram se pode resumir na valorização da palavra, do discurso e do diálogo como forma de regulação da vida dos homens e como arma e instrumento fundamental nos jogos de poder com que a todo momento a vida em sociedade nos confronta [...]” (GRÁCIO, 2013, verbetes críticos da argumentação e retórica).

retórica”, “chega de retórica”, tão comuns em nossos periódicos. Atestam essa missão mutilada, bem distante das concepções aristotélicas em que se identificava como sùmula dos conhecimentos humanos, enfim, como a suprema sabedoria, o que determinava fosse considerada uma ciência (MOSCA, 1997, p.19).

No final do século XIX, a retórica passou a se distanciar dos estudos das técnicas para o preparo de discursos persuasivos, que definiam o seu sentido original, assumindo significados voltados para os aspectos estilísticos. Dividiu-se, assim, em dois campos retóricos: “uma retórica da elocução, o estudo da produção literária; e uma retórica da argumentação, o estudo da palavra eficaz ou produção persuasiva” (ALEXANDRE JÚNIOR, 2005, p. 30). Com a revalorização da retórica, pode-se perceber que o seu campo do saber engloba muitos outros “e como saber interdisciplinar e transdisciplinar [...] está presente no direito, na filosofia, na dialéctica², na literatura, na hermenêutica, na crítica literária e na ciência” (ALEXANDRE JÚNIOR, 2005, p.10). Considera-se, portanto, uma ferramenta que se pode reinventar constantemente.

Aristóteles é considerado um dos principais estudiosos da Retórica, definindo-a não como um artigo de persuasão, mas como fruto de experiência e preparação de técnicas e de elementos argumentativos utilizados pelo orador para persuadir o auditório, por meio da exposição comunicativa do discurso, em meio a um público, e que pode ser comparada à dialética. Para ele, “a retórica é útil, pois [...] permite-nos debater ambos os lados de uma questão” (ALEXANDRE JÚNIOR, 2005, p.36).

Um ponto importante que vale à pena salientar é que a retórica de Aristóteles é “sobretudo uma retórica da prova, do raciocínio, do silogismo aproximativo (entimema) [...]” (BARTHES, 2001, p.16) – o *entimema* é um silogismo incompleto, pois uma das premissas fica subentendida e, por ser considerada óbvia, não tem a necessidade de exposição. Assim, é caracterizado não pela verdade absoluta, mas pelo verossímil³ ou pelo provável⁴ que é admitido pelo auditório e pelas circunstâncias em que ocorre o discurso.

Os estudos retóricos eram baseados em elementos essenciais ao discurso, como orador e o auditório. O orador é aquele que promove o discurso oral, feito em público, com a

² “A ideia de dialética formal foi proposta por Hamblin como uma forma de pensar o que se passa na interação argumentativa. Se pensarmos que uma argumentação é algo que ocorre entre pessoas (pelo menos duas) e que é composta por turnos de palavra, ela pode sê-lo em termos dialéticos e através dos movimentos argumentativos da lógica que cada participante traz à argumentação. Para isso pode pensar-se a argumentação a partir de um modelo ideal assente nas ideias de sistema como jogo, de compromisso (ou obrigação) e de consistência [...]” (GRÁCIO, 2013, verbetes críticos da argumentação e retórica).

³ “Possibilidade de uma dialética entre verdades e aparência de verdade, [...] podendo se falar mais propriamente em representação de verdade, que emerge do senso comum e que se corporifica nos discursos do homem” (MOSCA, 1997, p. 21).

⁴ É uma noção que alia o possível e o preferível no que diz respeito a um modo de ver (GRÁCIO, 2013, verbetes críticos da argumentação e retórica).

finalidade de persuadir e apresenta certas características, como: credibilidade, bom senso, sinceridade e simpatia, isto é, deve agradar o auditório, vale ressaltar que existem vários tipos de auditório, e o orador necessita adaptar-se ao contexto e aos momentos diferentes em que são produzidos. Para isso, pode-se utilizar das três provas retóricas: o *ethos* (produzido pela confiança e fé no orador), o *pathos* (quando o orador leva o auditório à emoção, à paixão) e o *logos* (quando o orador mostra o que parece ser verdade, o raciocínio) (MAZZALI, 2008) que, de acordo com as ideias aristotélicas, são elementos que devem ser trabalhados de maneira integrada, e não focando em uma dessas provas apenas.

Para os Antigos, o auditório era formado de acordo com os gêneros oratórios: no gênero *judiciário*, o auditório era o tribunal – que tem por objetivo acusar ou defender, mostrando provas técnicas, por meio de leis e testemunhas, que arguem uma tese oposta; no *deliberativo*, o auditório se refere à assembleia ou aos conselhos, como forma de aconselhar, tendo como proposta tomar decisões que beneficiarão o coletivo; e no *epidítico*, o auditório é a plateia e tem por objetivo explorar os aspectos estéticos, como os elogios ou a censura para comover o público. Esses “correspondiam [...] a auditórios que estavam deliberando, julgando ou, simplesmente, usufruindo como espectadores o desenvolvimento oratório [...]” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p.24).

Os tratadistas conservam a ideia de Aristóteles de que todo discurso se dirige a um auditório e é preciso conhecê-lo para que o argumento seja eficaz, porém é complexo determinar, de forma precisa, quem é o auditório, pois o orador poderá estar diante de um grupo heterogêneo ou o auditório não está à frente do orador, como o leitor de um jornal, por exemplo. Dessa maneira, definem como auditório “o conjunto daqueles que o orador quer influenciar com sua argumentação e cada orador pensa de uma forma mais ou menos consciente naqueles que procura persuadir [...]” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p.22). Então, são definidos dois tipos de auditório: o *universal* – constituído por grupos que pensam de forma semelhante e com poucas oposições (esta concepção pode variar, de acordo com a cultura de cada indivíduo)⁵; e o *particular* – que pode ser composto pelo interlocutor, a quem se está dirigindo; e, pelo próprio sujeito, quando decide por seus atos. Portanto, o orador é aquele que apresenta uma construção discursiva sistematizada de forma tanto falada como escrita, que varia de acordo com o auditório e, em casos heterogêneos,

⁵ Vale ressaltar que o conceito de auditório universal é muito complexo e passa por diversas oscilações e incertezas, obtendo críticas distintas realizadas por vários autores. Desse modo, Alves (2009) apresenta dois aspectos possíveis que poderiam “harmonizar” o conceito: um aspecto seria do ouvinte crítico que não concorda ou compartilha dos mesmos ideais do orador, e outro de ouvintes não-críticos que compartilham do mesmo ideal, sem questionamentos.

deve-se utilizar de argumentos múltiplos para se chegar ao objetivo primordial, que é garantir a adesão. Então, uma argumentação eficaz é aquela que aumenta, de maneira intensa, a adesão e que cria a disposição para a realização da ação que será concretizada em um oportuno momento.

As ideias de Aristóteles contribuíram bastante para o retorno dos estudos retóricos na metade do século XX, principalmente, com a publicação do *Tratado da Argumentação: uma Nova Retórica* de Chaïm Perelman e Olbrechts-Tyteca, 1958. O tratado é um marco importante para o Renascimento sobre os estudos argumentativos, pois sua fundamentação é baseada em juízos de valor, mantendo uma conexão entre as dimensões sociais e históricas do pensamento e retoma a noção de acordo, desprezada pelo pensamento positivista (MAZZALI, 2008), além disso, rompe com as ideias de razão e de raciocínio cartesiano – que identificava, através de provas, uma verdade absoluta. De acordo com esse pensamento, só é considerado racional aquilo que é evidenciado pela demonstração, com ideias precisas e eminentes.

Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014) observam que essa forma de demonstração busca por uma única interpretação, pela não ambiguidade, pondo em evidência uma ideia como única e monologada, excluindo qualquer tipo de discussão. Acredita-se que, no campo da argumentação, não há a necessidade de evidência, da prova, mas do provável, do plausível e não de uma exatidão de respostas, isto é, o que é levado em consideração é a adesão do auditório. Para Grácio (2014), o que há é uma construção argumentativa da demonstração – “implica uma progressiva redução do que é indiscutível, uma delimitação do questionável [...], procedimentos de saliência e filtragem e, finalmente, [...] da obtenção da certeza objetiva da resposta (GRÁCIO, 2019, p.148), ou seja, filtra todos os argumentos até chegar a um ponto em comum, a um consenso.

Em suma, pode-se observar que o *Tratado* extrapola as fronteiras da Retórica, proporcionando uma Retórica da Renovação, baseada em princípios constituintes de uma argumentação voltada aos julgamentos de valor, defendendo o pluralismo, o possível e a liberdade de raciocínio ilimitada, além de concentrar-se na análise dos textos impressos, pois se apresentam das mais variadas formas, constituindo de técnicas de argumentação em todos os níveis. Com isso, a partir dos anos 1970, as teorias retóricas vêm ganhando novos espaços, expandindo seus estudos a outras áreas do saber, principalmente no campo visual.

A retórica tem estendido seus estudos a outras linguagens (fílmica, pictórica, plástica), conforme se pode constatar na farta produção do grupo μ , da Universidade de Liège, que desde 1970 vem se ocupando da comunicação visual, com a preocupação de estudar a possibilidade de transferência, para esse domínio, dos conceitos retóricos de caráter linguístico. É dessa data a sua *Retórica Geral*,

traduzida em muitas línguas, inclusive em japonês e coreano, e que foi inicialmente denominada *Rhetorique gèneralisèe*, exatamente por não privilegiar o verbal (MOSCA, 1997, p.24, grifos do autor).

De tal modo, a retórica do passado ainda permanece presente na atualidade, porém com novas perspectivas de estudos para este conceito, ampliando seu campo de conhecimento, quebrando com paradigmas e com modelos tradicionais de análise (antes focados somente no verbal) e partindo para outros espaços que englobam os aspectos midiáticos e os de comunicação contemporâneos.

Nesse sentido, não se pode falar em retórica sem se ater a reflexões sobre as concepções de língua e de linguagem para estabelecer resultados significativos ao estudo aqui proposto. Sabe-se que a linguagem se refere a diversas formas de comunicação e significação que englobam tanto o verbal como os tantos outros sistemas de produção de sentidos. Já a língua é um fenômeno complexo, pois não atinge uma estabilidade, isto é, está sempre em processo de mudança e de evolução, assim, ao analisar um elemento tão complexo, um único modelo de análise não é o suficiente (CASTILHO, 2019), principalmente por existirem variadas formas de comunicação, embasadas em processos híbridos de apresentação de informações, expressos por meio da linguagem verbal e, simultaneamente, por uma gama de outras tantas linguagens (SANTAELLA, 2012).

Nesse ponto de vista, a língua e a linguagem possuem modos de representações – sejam eles verbais ou não-verbais – e quando se trata de estudar os aspectos retóricos e argumentativos, por meio dessas representações, a Linguística⁶ deixa de ser uma disciplina científica autônoma ao buscar pontos de contato com outras áreas do conhecimento, neste caso, com a Semiótica⁷ (CASTILHO, 2019), para, assim, criar interfaces entre língua+imagem/ verbal+visual, pois a semiótica compreende a potencialidade significativa dos signos⁸ verbais, visuais, sonoros e a mesclagem entre todos eles. Propõe-se, então, uma concepção de língua, coerente ao objeto de estudo, que englobe tanto os elementos linguísticos quanto os elementos não-linguísticos, bem como contemple a ideia social e a funcionalidade que a retórica exerce. Então, considera-se língua como

[...] um fenômeno heterogêneo, como uma atividade social por meio da qual veiculamos as informações, externamos nossos sentimentos e agimos sobre o outro. Assim concebida, a língua é um somatório de usos concretos, historicamente situados, que envolve sempre um locutor e um interlocutor localizados num espaço

⁶ Ciência da linguagem verbal (SANTAELLA, 2012).

⁷ Ciência de toda e qualquer linguagem (SANTAELLA, 2012).

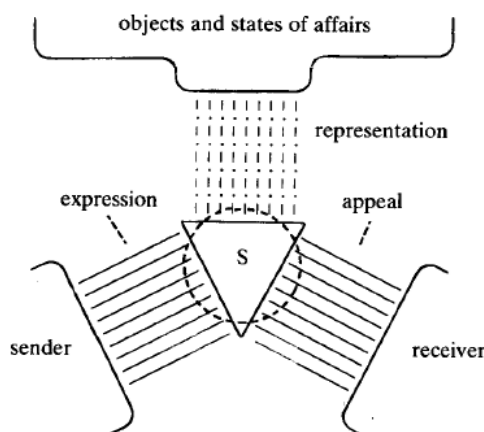
⁸ De acordo com Peirce (2003), o signo é considerado um veículo que permite transportar a representação de um objeto ou o que ele significa do mundo exterior à mente do interpretante, por meio de categorias do sistema dos signos como a primeiridade (ícone), a secundidade (índice) e a terceiridade (símbolo).

particular, interagindo a propósito de um tópico previamente negociado (CASTILHO, 2019, p.66-67).

A língua, sendo concebida como “atividade social”, relaciona-se ao surgimento de uma prática social, que, movida pela expressão oral e por diversas maneiras de comunicação, utilizava palavras e demais recursos linguísticos para persuadir – a retórica. Com isso, “pode-se concluir que [...] toda e qualquer atividade ou prática social constituem-se como práticas significantes, isto é, práticas de produção de linguagem e de sentido” (SANTAELLA, 2012, p.12).

Além disso, a língua como atividade social apresenta várias funcionalidades, as que mais se destacam, de acordo com o modelo funcionalista, são as três funções semânticas da linguagem propostas por Bühler (2011): (i) função representativa – pois transmite informações, ordena e representa a realidade em que predomina o assunto (CASTILHO, 2019); (ii) função emotiva – expõe os sentimentos dos estados internos do remetente; e (iii) função apelativa, pois influi no comportamento do interlocutor, atuando sobre ele, no sentido rigoroso da linguagem de comandos, por exemplo, e adaptados para apelar e se expressar em equilíbrio um com o outro (BÜHLER, 2011), como pode ser observado na figura 1⁹.

Figura 1 – Modelo das três funções semânticas da linguagem



Fonte: Bühler (2011, p. 35).

Ademais, como o estudo propõe descrever os recursos verbais e os recursos não-verbais que desempenham papéis e valores na construção argumentativa de um gênero considerado informativo, a concepção de língua adotada age de forma coerente com o propósito do trabalho, pois o gênero estudado se encontra disposto em um jornal que, por si só, desempenha a função de informar o leitor sobre determinado fato, então, a função representativa da língua é satisfatória. Outra funcionalidade da língua que se adéqua ao estudo

⁹ Em novos estudos, o autor prefere os termos expressão, apelação e representação.

em questão é a apelativa, pois, se o objetivo é destacar os elementos linguísticos e os não-linguísticos que possuem um viés argumentativo e podem convencer e persuadir o leitor, isso significa dizer que implica o comportamento do interlocutor, atuando sobre suas ideias e decisões. Além disso, é possível evidenciar que a língua desempenha uma função comunicativa, por possuir a capacidade de expandir informações, de fazer referência aos atos de fala e ao texto que está sendo produzido.

Portanto, pode-se dizer que novas formas de comunicação preveem novas concepções ou, até mesmo, novas reflexões para construção de significados que englobam formas híbridas de apresentação de informações, que vão além dos conceitos puramente verbais e que acolham outras linguagens. Até porque “também nos comunicamos e nos orientamos através de imagens, gráficos, sinais, setas, números, luzes... Através de objetos, sons musicais, gestos, expressões, cheiro e tato, através do olhar, do sentir e do apalpar” (SANTAELLA, 2012, p.12).

De modo geral, diferentes pensadores contribuíram para os estudos da retórica, podendo citar Aristóteles. Com este, a Retórica foi definida como a arte de persuadir através da utilização do silogismo. Perelman (1977), sem desprezar os preceitos de Aristóteles, evita restringir a argumentação à lógica do raciocínio dedutivo, mas a amplia como argumentação discursiva. E esse ponto pode se estender à imagem.

2.2 Retórica Visual

2.2.1 A imagem

No século XXI, há uma preocupação muito grande com a exposição de dados e informações de forma, cada vez mais, instantânea e dinâmica, por isso as construções informativas privilegiam a utilização frequente de textos verbais curtos e com a frequência constante de imagens. Entretanto, não é só na contemporaneidade que a imagem esteve presente na sociedade, pode-se perceber desde o início da história da humanidade quando os primitivos realizavam pinturas nas paredes das cavernas para representar seu modo de vida, que a imagem tem importância social e comunicativa, “basta pensar no papel da estatúia grega, da arquitetura romana ou dos totens dos povos aborígenes para perceber que as sociedades humanas são inerentemente sociedades visuais” (MATEUS, 2018, p.178). Na Idade Média, para servir aos anseios do catolicismo e auxiliar na interpretação da sociedade, predominantemente, analfabeta, as imagens eram representadas como decorações nas grandes catedrais e nos livros religiosos.

Um exemplo marcante é a escultura dos malditos indo para o inferno e os salvos indo para o céu [...]. Os malditos são retratados em detalhes gráficos, sendo conduzidos nus para a direita, seus corpos se torciam grotescamente, seus rostos distorcidos e suas bocas abertas gritando de dor. Eles estão algemados, chamas lambe-os, diabos os cutucam com forquilha e alguns são jogados em grandes caldeirões a ferver. Os salvos, por outro lado, trupe triunfalmente para cima, para a esquerda, vestidos de batas, os rostos sorrindo de prazer, sendo bem vindos ao céu. A mensagem é clara: é o destino esperando o virtuoso e o vicioso em suas respectivas mortes (BLAIR, 2008, p.53, tradução nossa).

Nesse exemplo, pode-se perceber uma premissa oculta e, ao mesmo tempo, óbvia: o destino preferível, para todo ser humano, deve ser o de viver feliz e em paz a vida eterna, isto é, o destino dos salvos. Conclui-se, assim, que, para se chegar aos céus, é necessário ser virtuoso, promover o bem, não ter vícios e cumprir com todos os preceitos religiosos definidos pela igreja. Essa conclusão se dá, de maneira mais forte e rápida, devido à utilização da imagem que promove a comoção daqueles que a observam, pois “uma coisa é ouvir uma descrição dos seus respectivos destinos, e bem outra muito mais vívida e imediata é ver com seus próprios olhos” (BLAIR, 2008, p.53, tradução nossa).

Devido ao cultivo do imediatismo da comunicação, instaurado na contemporaneidade, o uso da imagem é considerado tão importante quanto em séculos anteriores, isso ocorre em razão de a imagem estar presente em todos os ambientes, desde os livros e revistas, na televisão, nos celulares, nas redes sociais, nos *blogs*, entre outros instrumentos físicos e digitais; promovendo sentidos, provocando desejos e, principalmente, auxiliando na esfera consumista do mercado. Um exemplo disso é o gênero publicitário que emprega cada vez menos palavras e englobam cada vez mais as imagens, sendo utilizada, como diz Barthes (1990), de maneira intencional, por apresentar símbolos enfáticos.

Barthes, em 1964, realiza uma das primeiras análises da imagem, a partir de uma campanha publicitária das massas Panzani (Figura 2), no texto *Retórica da Imagem*, isto é, “pela primeira vez, a Retórica foi aplicada às imagens sendo descrita de forma muito ampla como uma técnica de todos os meios de expressões utilizados para persuadir” (MATEUS, 2018, p.180), como demonstra a análise a seguir.

Figura 2 – Propaganda de massas Panzani



Fonte: <https://cpm.eco.ufrj.br/?p=42>. Acesso em: 11 mar. 2020.

Nesse trabalho, Barthes (1990) analisa que a imagem apresenta uma mensagem linguística em que há um significante (a sacola entreaberta faz com que os produtos caiam sobre a mesa) e um significado (o bom estado das verduras e a produção caseira da massa). Também demonstra que há uma segunda mensagem a icônica codificada (expressa pelas cores, pelas formas e pelos objetos identificáveis que ele chama de conotada) e uma terceira mensagem icônica não-codificada (sentido literal da imagem, ou denotada).

No cartaz analisado, Barthes salienta a tentativa dos criativos de publicidade em colocar nas massas “Panzani” a expressão do carácter italiano através da utilização das cores alusivas à bandeira nacional da Itália. Barthes acrescenta a um nível denotativo da imagem (legumes frescos, embalagens de esparguete a sair do saco de compras de rede, tomates, etc), um nível conotativo (as cores verde, branca e vermelha sugerindo a tradição e a origem italiana, mas também os legumes sugerindo produtos frescos e ingredientes naturais). Ainda que a marca seja Francesa e industrial, a imagem encontra-se retoricamente construída para persuadir o consumidor de que se trata de massas tradicionais e artesanais com o sabor inconfundível da cozinha italiana (repara-se até que “*Panzanni*” possui fonemas que encontramos na língua italiana) (MATEUS, 2018, p.179-180, grifo do autor).

A análise da imagem realizada, em 1964, é considerada um pontapé inicial para os estudos retóricos que demonstram a presença de argumentação em elementos visuais, entretanto, o autor não contempla, em seu artigo, elementos persuasivos – a falta do *ethos* e do *pathos* é considerada uma falha pelos estudiosos posteriores, isso porque, para Barthes (1990, p.32), “toda imagem é polissêmica [...]. A polissemia leva a uma interrogação sobre o sentido”, por isso, para ele, toda imagem prevê que seja acompanhada por informações escritas, pois essas servem de “âncora” para a interpretação e compreensão dos sentidos imagéticos.

É aceitável que as imagens podem possuir sentidos persuasivos, até mesmo Quintiliano já apresentava que a persuasão não se faz apenas com palavras e que é preciso

conhecer todos os artifícios argumentativos para defender uma causa, essa conclusão ocorreu devido ao julgamento de Frine¹⁰, que foi absolvida por apresentar uma beleza estonteante.

Levada um dia a tribunal por profanar os mistérios de Elêusis, ela arriscava-se a sofrer a pena capital. Valeu-lhe, porém, o expediente do advogado Hiperides, sábio e experimentado orador de Atenas que, ao sentir a causa perdida, se abeirou da cliente lhe rasgou as vestes até à cintura, rogando clemência aos juízes para figura de tão rara beleza (ALEXANDRE JÚNIOR, 2008, p.13).

Diante de tal situação, concorda-se com o que expressa Alexandre Júnior (2008), a indiferença de um auditório pode ocorrer diante da fala do orador, mas nunca ocorrerá o mesmo com a apresentação de uma imagem, pois essa tem o efeito de “criar presença”¹¹, trazendo aos olhos do auditório a figura como realmente é; diferente da palavra, que cria na mente da audiência aquilo que poderia ser.

Com base em Roque (2016), a argumentação da imagem não pode ser compreendida como simples sinônimo de Retórica da Imagem, pois a análise seria reduzida à pura ornamentação, suscitando somente emoções e não processos racionais. É perceptível, em muitos momentos, a existência de uma supervalorização do texto escrito e pode-se, também, perceber hierarquias entre o texto verbal e o texto imagético, dependendo do gênero discursivo que esteja sendo apresentado, entretanto não se pode negar que os dois (verbal e imagético) podem assumir e desempenhar papéis argumentativos, mesmo que em proporções diferentes.

Nessa perspectiva, Barceló-Aspeitia (2012) expressa que as imagens não são meros ornamentos e que podem contribuir, diretamente, para os componentes da argumentação, que são as premissas proposicionais e as conclusões. Segundo Roque (2016), a provocação que se estabelece é a possibilidade de uma argumentação visual a partir das imagens, pois para muitos estudiosos são ambíguas e imprecisas. Entretanto, Birdsell e Groarke (1996) tentam combater essa ideia, argumentando que as palavras e as frases, às vezes, possuem as mesmas características e complementam que a argumentação da imagem depende, assim como das palavras, de um conjunto complexo de relações. Dessa forma, Kjeldsen (2015) diz que a pesquisa sobre argumentação visual ou multimodal desafia as definições do que realmente seria um argumento. Para O’Keefe (1977), o processo de argumentação conglomerava tanto o verbal quanto o visual. Por fim, Mateus (2018) expõe que o processo persuasivo se manifesta

¹⁰ “Natural da Téspia na Beócia, ficou na história como uma das mais célebres cortesãs da Atenas do século IV a.C., por possuir uma beleza extraordinária” (ALEXANDRE JÚNIOR, 2008, p. 12).

¹¹ Fator perceptível essencial na argumentação que atua de modo direto na sensibilidade, tornando presente na consciência a imaginação e a vontade (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014).

discursivamente, por intermédio de elementos linguísticos, não-linguísticos ou verbo-visuais e esta última concepção é a que está sendo levada em consideração nesta pesquisa.

2.2.2 Retórica e Argumentação Visual

A Retórica da imagem, em 1964, foi um passo importante para a estruturação de estudos e análises subsequentes que permitiram diferenciar o campo da Retórica Visual. Alguns anos depois, em 1972, Ehninger propôs uma definição de retórica que não privilegiava os símbolos verbais, porém o ponto que marca o início do estudo da Retórica Visual, segundo Kjeldsen (2015), é o ano de 1996, por meio de diversas publicações que englobam a questão, dentre elas, “Lógica, arte e argumento”, de Leo Groarke. Mesmo havendo pesquisas realizadas antes dessa data, poucas abordam a temática tão diretamente como neste ano. Em 1999, Hauser edita “Argumentação e defesa do argumento do corpo”, mas foi com o discurso sobre argumentação visual de Catherine Palczewski, em 2001, que esses estudos foram ampliados, então, em 2007, com a publicação da edição especial de Birdsell e Groarke, “Argumentação e advocacia”, é que o assunto se torna mais consistente para compreensão da argumentação visual.

Mateus (2018) diz que a Retórica Visual é uma forma de auxiliar na distinção entre as teses e as proposições de elementos não-linguísticos e que pode ser justaposta a diversos aparatos, sejam eles simbólicos, como pinturas, esculturas, cinema, páginas da web, fotografias e anúncios publicitários. E complementa:

O visual mostra o real e tal acrescenta uma dimensão persuasiva extra à Retórica. A sua descrição torna-se vívida, mas também vivida, isto é, reencenada e incorporada no desempenho oratório levando os olhos a confirmar aquilo que a mente escuta da argumentação do orador. No fundo, a Retórica Visual *dá a ver* a argumentação (MATEUS, 2018, p.179).

Nessa perspectiva, muito se questiona até que ponto as imagens contribuem verdadeiramente para exercer papéis argumentativos, entretanto, assume-se, neste estudo, que a argumentação não é parte exclusiva do campo linguístico, mas contempla, em sua tessitura, os elementos não-linguísticos. Roque (2016, p.249) confirma isso ao expor que “[...] existem, no interior da imagem, elementos precisos que permitem orientar a argumentação”, o autor ainda afirma que é possível uma argumentação visual, pois é uma ação comunicativa performativa e, desde que as imagens desempenhem função de comunicar e de enunciar, também podem argumentar (KJELDSSEN, 2013).

No campo da argumentação visual, são propostas duas possibilidades de interpretação: (1) argumentos transmitidos por meio do código – isto é, seria representado somente por imagens e (2) argumentos transmitidos por meio do canal – ou seja, representado pelo visual. Mas, qual seria, então, a diferença entre imagético e visual nesse contexto? Primeiro, as imagens em uso, em um conceito mais restrito, são traços representacionais de coisas que possuem semelhanças perceptíveis, bem como fidelidade, em etapas e graus, à aparência do que é representado (BÜHLER, 2011), e o visual vai além da representação pelo canal imagético, isto é, contempla todos os demais elementos gráficos que podem ser visualizados, bem como inclui a inter-relação entre elementos linguísticos e não-linguísticos. Isso significa dizer que “um argumento visual é um argumento transmitido através do canal visual, às vezes, usando o código visual sozinho, mas na maioria com códigos verbais e visuais combinados na mesma mensagem” (ROQUE, 2012, p.1722), chamando-os, assim, de argumentos mistos, sistema multi-código ou argumentos heterogêneos (BLAIR, 2008; BARCELÓ-ASPEITIA, 2012).

Diante de tais discussões, ratifica-se que a Retórica Visual é um campo mais abrangente da retórica, pois engloba em seus estudos uma visão holística dos processos simbólicos (dos objetos ou artefatos visuais) e como estes contribuem para o processo comunicativo. Foss (2008) expressa que a Retórica visual como artefato está relacionada ao arranjo de cores, formulários e outros elementos para envolver o público na ação comunicativa. Para ele, os artefatos devem ter características: (1) simbólicas – relação natural entre o sinal e o objeto com o qual estão conectados; (2) envolver a ação humana – pois a escolha desses artefatos deve acontecer de modo consciente para envolver uma audiência; e, por fim, (3) ser comunicativas – que é a principal função, já que envolve o público. Assim, estudar o visual requer a compreensão do reconhecimento da enorme influência dos símbolos verbais e não-verbais por toda a sociedade, bem como a compreensão da ação humana e a contribuição de uma visão holística dos argumentos (MATEUS, 2016).

O argumento contribui para a ação comunicativa dos contextos retóricos, se eles se expressam de maneira mista, envolvendo argumentos heterogêneos, completam as qualidades retóricas que as imagens possuem de abarcar o poder e a capacidade de mostrar a própria realidade – o efeito de presença diante dos olhos do auditório. E, por fim, o imediatismo da compreensão dos fatos que se relaciona à condensação semântica – a base para uma possibilidade de uma argumentação visual, pois evoca, ao mesmo tempo, as emoções e a racionalidade (KJELDSEN, 2012).

Desse modo, há uma cultura hegemônica de só existirem argumentos verbais, porém o autor expõe que o verbal ou o visual, muitas vezes, são elementos que se reforçam e que são paralelos entre si, podendo ser expressos através de um código duplo – isso funciona muito na mídia mista, quando são exibidos de forma simultânea. Pode haver, também, argumentos que não são simultâneos, nem redundantes, mas se apresentam numa interação sintática, isso ocorre quando o argumento é apresentado pela imagem e reforçado pelo verbal, isto é, há um conector que define de forma mais explícita o que se quer apresentar. Há, ainda, argumentos por analogia que, exibidos visualmente, produzem mais efeitos e proporcionam a tese da permanência, como nos diagramas comparativos (Figura 3) (ROQUE, 2012).

Figura 3 – Gráfico de variação de temperatura

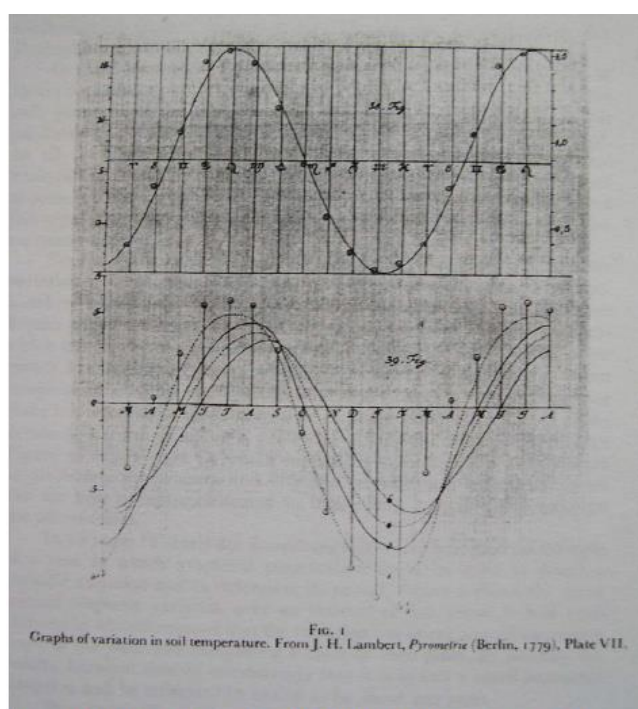


Fig. 2. Graphs of variation in soil temperature, from Lambert's *Pyrometrie*, 1779

Fonte: Roque (2012, p. 1726)

Diante disso, há reflexões da possibilidade de uma argumentação visual, baseada na teoria da argumentação de Perelman. Inclusive Roque (2009), em seus estudos iniciais do visual, quando os apresentou a ele, percebeu receptividade, mas foi orientado a identificar alguns limites ou questionamentos próprios dessa discussão, dentre eles estão: se a imagem busca persuadir ou convencer; e se seria possível representar, graficamente, uma inferência lógica na imagem. Dessa forma, em seus estudos, Roque tenta responder a esses dois pontos, levando em consideração a definição geral de argumentação discursiva proposta por Perelman: “o objetivo de uma argumentação não é deduzir as consequências de certas

premissas, mas provocar ou aumentar a adesão de um auditório às teses que apresentamos a seu assentimento” (PERELMAN, 1977, p.23).

Apesar de Perelman não ser tão a favor dessa ideia, Roque explica que esta definição também não divide “os meios que permitem provocar ou aumentar a adesão do auditório, esses meios podendo então ser persuasivos ou racionais” (ROQUE, 2009, p.238). A resposta à pergunta sobre a imagem ser mais emocional que racional, levando à persuasão e não ao convencimento, gera a seguinte reflexão: se a ideia de persuadir relaciona-se com manipulação, como era vista a Retórica no passado, ela não poderia ter poder de argumentar, porém o que o autor defende é que não há uma separação entre razão e emoção, entre *pathos* e *logos*, pois são elementos conjuntos na argumentação.

Nesse contexto, a Nova Retórica de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014) pode ser uma ponte que une os estudos argumentativos a uma perspectiva visual, pois rompe com as ideias de razão e de raciocínio cartesiano, que busca por uma única interpretação, pela não ambiguidade, pondo em evidência uma ideia como única e monologada, excluindo qualquer tipo de discussão. E, também, por enfatizar o objetivo da argumentação que se desenvolve a favor de um auditório, consistindo sobre recursos discursivos para alcançar tal adesão.

Desse modo, na argumentação visual, é importante perceber que há uma relação com a discursividade, com o objetivo de não deduzir as decorrências de premissas, evitando reduzir a argumentação a um silogismo. Até porque não se pode entender o visual como um modo de transformá-lo, somente, em proposições verbais, pois existem diferenças em seus modos de representação: a imagem é viva, realista e imediatista, são ricas aos olhos por fornecerem detalhes e dão força ao argumento, tornando-o saliente, característica diferente das palavras (KJELDSSEN, 2012; 2013). Então, assume-se que o visual pode argumentar, compartilhando dos mesmos mecanismos¹² gerados pelos argumentos verbais, porém, são expressos de modos diferentes ou, mesmo, na interação entre o linguístico e o não-linguístico.

O visual apresenta muitas informações implícitas, ou, como diz Kjeldsen (2012), oferece processos entimemáticos condensados¹³ pelo interlocutor que necessita de esquemas cognitivos para poder construir argumentos, isso porque são formados por um conjunto de símbolos que contribuirão para se chegar a uma possível conclusão, por meio de teses e justificações que essas referências visuais apresentam. Logo, pode ser percebido com ou sem a existência de elementos verbais.

¹² Um exemplo dos mecanismos utilizados para análise do verbal que pode ser compartilhado com a análise verbo-visual são as técnicas argumentativas, como argumento pragmático, argumento por analogia, argumento por exemplificação, dentre outros.

¹³ Compreendidos em atos visuais de muitas ideias em uma (KJELDSSEN, 2012).

É a partir do momento em que identificamos as suas proposições verbais implícitas que ele [o visual] adquire um sentido muito particular. E essa é uma grande diferença em relação aos argumentos verbais: enquanto nesses as proposições são afirmadas de forma explícita, nos argumentos visuais as teses são reiteradas de forma subentendida e colocadas sob um manto de códigos visuais simbólicos que necessitam ser decodificados (MATEUS, 2016, p.10).

E, para gerar a persuasão, costuma-se utilizar, dentro desses elementos visuais, mecanismos retóricos, a exemplo de Roque, que, em suas análises, utiliza-se das técnicas argumentativas propostas por Perelman, quando: (a) define o que é um argumento e qual a força que este pode promover no visual; (b) cita, como exemplo, os argumentos de autoridade propostos na publicidade quando apresentam o produto e um ator “famoso” para representá-lo; (c) estabelece argumentos de causa e de consequência ou por analogia (Figura 4) que, segundo ele, são expressos de uma forma mais eficaz se forem apresentados visualmente, como, por exemplo, “em um cartaz anti-guerra, o *designer* gráfico usou uma forte analogia entre uma granada e a Terra para nos alertar contra os perigos da guerra que podem levar à explosão do planeta” (ROQUE, 2012, p.1727); e (d) o argumento pragmático, definido por Perelman (1977), como a possibilidade de apreciar eventos de acordo com suas consequências, como em fotografias de guerras que apresentam este tipo de compreensão.

Figura 4 – Cartaz anti-guerra 1



Fonte: Roque (2012, p. 1728)

Diante do exemplo, pode-se obter o esclarecimento dos elementos verbais e visuais e sua grande valia para a construção dos argumentos, como também, perceber que esses não são formados somente por estruturas verbais, mas se completam e podem ser paralelos entre si.

Entretanto, ainda é necessário ampliar as discussões para que este campo da argumentação se fortaleça e se expanda cada vez mais.

O estudo da retórica visual é de grande impacto no contexto contemporâneo, devido à emergência dos símbolos visuais no fornecimento de experiências humanas e sua importância comunicativa. Desse modo, Foss (2008) apresenta as três áreas de foco que contribuem para a análise retórica do visual: *natureza* – estuda as características dos artefatos visuais; a *função* – os efeitos comunicativos; e a *avaliação* – analisa como são vistos esses efeitos.

A *natureza* é um componente importante para os estudos dos artefatos visuais e sua contribuição para adesão do auditório, pois, para que se possa compreender e expor as funções dos argumentos e como estes agem no visual, exige-se um entendimento da natureza desses elementos. Assim, para descrever a natureza dos artefatos visuais, Foss (2008) diz que há elementos que são apresentados e elementos que são sugeridos – quando se apresentam as características físicas, espaciais, meio em que está envolvido, as cores, isto é, tudo o que está presente na visão do interlocutor, chama-se de *elementos apresentados*; já os *elementos sugeridos* relacionam-se a “um processo de descoberta de conceitos, ideias, temas e alusões que um espectador provavelmente inferirá dos elementos apresentados” (FOSS, 2008, p.307). Esses elementos contribuem significativamente na expansão ou transformação do discurso retórico, já que envolve elementos tradicionais como metáforas, argumentos, entimemas, além de lidar com informações inteiramente visuais e não somente símbolos linguísticos lineares.

Outro componente, de acordo com Foss (2008), é a *função* dos artefatos visuais – é a forma como contribui para o processo comunicativo, apropriando-se dos elementos apresentados e dos sugeridos para criar analogias entre fenômenos do passado com um futuro de possibilidades, tendo por finalidade persuadir e convencer. Assim, para compreender se essa função comunicativa está aparente, é observado se a audiência mudou para a direção desejada, então, é necessária a utilização da outra área, que é a *avaliação* dos artefatos visuais, pois envolve alguns critérios, como clareza da tese, relevância dos materiais, vivacidade das metáforas, dinamismo e credibilidade.

Em síntese, a visão que se trava neste estudo, a partir de toda discussão teórica, é que, por mais hegemônico que o texto verbal possa parecer em muitos gêneros discursivos, quando se trata de um gênero composto por diferentes modalidades, como é o caso desta pesquisa, os elementos linguísticos e não linguísticos são vistos não de forma hierárquica, ao contrário, são vistos como complementação de sentidos distintos, que servem de reforço às ideias apresentadas e contribuem para a visualização do que está sendo expresso (linguístico + semiótico). Além disso, os artifícios multissemióticos contribuem para a construção retórica

do gênero e desempenham funções argumentativas em proporções diferentes, dependendo da ação comunicativa em que estão inseridos. Por fim, apesar das críticas e dos questionamentos para definir e aceitar que há uma possibilidade de argumentação analisada através não só do verbal, pode-se encontrar na teoria da argumentação sugestões de métodos de análise estimulantes para o visual, como serão apresentados no tópico a seguir.

2.2.3 Pontos de partida para uma análise retórico-argumentativa¹⁴

O processo de argumentação passa por diversos pontos até chegar a uma maior adesão do auditório, que pode ser um fato, uma suposição, um valor ou uma hierarquia de valores, uma norma, entre outros (FIORIN, 2018), para isso, o orador deve conhecer o seu auditório, seja ele particular ou universal para decidir os procedimentos de ligação, isto é, a união de elementos que são considerados distintos; e os procedimentos de dissociação, as ideias opostas que surgirão no decorrer da argumentação.

Segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014), o ponto de partida da argumentação está relacionado ao acordo prévio das premissas que são estabelecidas entre orador e auditório para o desenvolvimento do raciocínio argumentativo. Esse acordo serve para estabelecer aquilo que admite ser discutido, bem como propor objetos desse acordo – premissas consideradas já aceitas para a realização da persuasão e convencimento na argumentação, mas que podem a qualquer momento ser postas em questão. Desse modo, os autores estabelecem duas categorias sobre o acordo prévio entre o orador e o auditório: (1) acordo sobre o real – validado para o auditório universal; e o (2) acordo sobre o preferível – validado para o auditório particular.

O *acordo sobre o real* lida com os *fatos* e as *verdades*, bem como com as *presunções*. O *fato* tem conexão com aquilo que seria, de modo geral, considerado de comum acordo entre todos, por isso, relaciona-se ao auditório universal e não pode ser controverso a ele, mesmo tendo a possibilidade de ser questionado. Entretanto, os fatos não podem ser contestados, se não deixariam de ter essa característica, “enquanto eles usufruírem esse estatuto, [...] deverão defender-se contra outros fatos que vierem concorrer com eles num mesmo contexto argumentativo” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p.77). As *verdades*, por outro lado, podem estar ligadas aos fatos, porém de uma forma mais ampla e mais complexa, pois se ligam as teorias científicas e as visões filosóficas. E as *presunções* não possuem a mesma

¹⁴ Expressão inspirada no *Tratado da Argumentação – A Nova Retórica* de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014).

força argumentativa dos fatos e das verdades, de maneira que é preciso serem reforçadas no desenvolvimento da argumentação, pois estão relacionadas ao provável e/ou ao verossímil, entretanto, são aceitas momentaneamente, seja pela qualidade de um ato, pela credulidade natural, pelo interesse ou pelo referente (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014).

Já o *acordo sobre o preferível* lida com os valores, as hierarquias e os lugares do preferível e tem a pretensão de se chegar à adesão do auditório particular. O valor está relacionado às influências virtuosas, por isso envolve a fidelidade, a lealdade, a solidariedade e a disciplina. As hierarquias estão relacionadas às premissas de ordem ou às suas posições, bem como ao processo de aceitação de determinados valores, de acordo com a influência que exercem na audiência. Nesse contexto, as premissas se qualificam com os lugares, estabelecendo valores e hierarquias.

Entre os lugares do preferível, destacam-se os: da *quantidade* – como o próprio nome já diz, define o que é melhor pelo maior número que apresenta, também é um aspecto que fundamenta princípios democráticos. Aristóteles apresenta alguns exemplos de como são perceptíveis esses lugares, “um maior número de bens é preferível a um menor número, o bem que serve a um maior número de fins é preferível ao que só é útil ao mesmo grau, o que é mais duradouro e mais estável é preferível ao que é menos” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p.97). E o lugar da *qualidade* que contrapõe a quantidade e valoriza aquilo que é único, original e raro – “a qualidade única torna-se um meio com vistas a obter o sufrágio do maior número” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p.102). Esses dois lugares poderiam restringir todos os outros, entretanto é de grande valia apresentar os demais lugares: o de *ordem* – classifica e afirma em posição de superioridade as causas, as origens e os objetivos; da *existência* – expõe aquilo que é real sobre o que é possível ou provável; o da *essência* – o lugar que valoriza aquilo que é padrão; e, por fim, o de *pessoa* – “lugar de superioridade daquilo que se relaciona aos indivíduos, às pessoas, em detrimento do que se relaciona às coisas” (NOGUEIRA, 2014, p.77).

O orador no processo da argumentação tem a disponibilidade desses acordos que contribuem na constituição de dados do discurso para o desenvolvimento do raciocínio argumentativo. Para constituir esses dados, é necessária uma *escolha* precedente das informações que podem ser admitidas, influenciáveis e interpretadas no momento da apresentação do discurso, levando em consideração a sua importância, a pertinência e o significado que lhe foi atribuído, sendo assim, “[...] toda argumentação é seletiva. Ela escolhe os elementos e a forma de torná-los presentes” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p.136). Outro recurso é o efeito de *presença*, este é um dos dados mais importantes na

argumentação, pois o orador pretende dar ênfase a determinados elementos para centralizar a atenção do auditório. Outro fator importante na apresentação dos dados é a *comunhão* com o auditório que, de acordo com Nogueira (2014, p.78), “envolve a disposição que alguém tem de ouvir um discurso, com a possibilidade de aceitar eventualmente o ponto de vista proposto”, deve-se levar em consideração os diferentes costumes, as expressões individuais, as características de um meio, do local de pertencimento e os aspectos culturais (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014).

Diante do exposto, pode-se perceber que o orador, para o desenvolvimento da sua argumentação, faz uma seleção dos dados que melhor serão apresentados para firmar uma presença, bem como obter a comunhão e a adesão do auditório. Além disso, há discursos em que o orador poderá reforçar e garantir a adesão ao utilizar as *figuras de retórica* que, durante muito tempo, foram vistas como expressões ornamentais para causar sentimentalismo no interlocutor, porém para os tratadistas é uma maneira de trazer à consciência fatores para a persuasão. Então, quando se pode dizer que uma figura é argumentativa?

Cumpra observar, a esse respeito, que para ser percebida como argumentativa uma figura não deve necessariamente acarretar a adesão às conclusões do discurso, bastando que o argumento seja percebido em seu pleno valor; pouco importa se outras considerações se oponham à aceitação da tese em questão (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p.193).

De acordo com esses autores, os estudos a respeito das figuras só são levados em consideração quando possuem função argumentativa, isto é, quando apresentam fenômenos persuasivos, mesmo reconhecendo que em alguns contextos os efeitos apresentados são estilísticos. Assim, ilustram-se algumas figuras determinadas pela Nova Retórica (2014).

1 - *Figuras de Escolha*: impõem ou sugerem uma escolha.

- Definição oratória: não tem por objetivo definir o sentido de uma palavra, mas por em destaque aspectos de uma realidade que estariam no último plano da consciência.
- Perífrase: pode exercer o mesmo papel que a definição oratória, quando não define um termo, mas o substitui por outra expressão.
- Antonomásia: consiste na substituição de um nome próprio por um nome comum ou vice-versa, mas também serve para dar qualidades a alguém de modo utilitário para a argumentação.
- Prolepse ou antecipação: consiste em insinuar que há motivo de substituir uma qualificação que contradiz outras.

- Retificação e/ ou correção: tem por objetivo fazer uma correção da escolha, substituindo uma palavra por outra.

2 - *Figuras de Presença*: têm por objetivo aumentar a presença na consciência.

- Onomatopeia: é considerada figura quando evoca um ruído real, não sendo necessário reproduzir de forma exata o ruído, somente tornando-o presente.

- Repetição: acentua a divisão de um acontecimento complexo em episódios detalhados. Essa figura é muito presente na análise de elementos não-linguísticos, pois como expressa Fiorin (2019, p.137),

A repetição não é uma figura característica apenas da linguagem verbal, ela pode aparecer também na linguagem visual. Entretanto, enquanto aquela é linear [...], esta é simultânea. [...]. Poder-se-ia dizer que há duas figuras visuais de repetição. A primeira é uma espécie de sinonímia ou paráfrase, em que imagens diferentes são semanticamente equivalentes. [...] A segunda figura visual da repetição é aquela em que são reiteradas as mesmas imagens.

- Amplificação: é percebida como figura quando utiliza formas de enumeração de partes.

- Pseudodiscurso: atribui palavras a uma pessoa ou a várias conversando entre si. Também proporciona conhecer as intenções que se atribuem a alguém ou o que se crê ser a opinião de outros sobre tais intenções.

- Enálage do tempo: substituição sintática de um tempo por outro, contrário às ligações normais.

3- *Figuras de Comunhão*: o orador empenha-se em realizar a comunhão com o auditório. Essa comunhão faz referências à cultura, à tradição ou a um passado comum.

- Alusão: faz uma rápida menção a alguém ou a algo que atribui uma afetividade particular, promovendo o prestígio do orador.

- Citação: é um tipo de apoio ao citar uma ideia com o peso de uma autoridade.

- Apóstrofe: é uma maneira de não promover acordo ou informação, mas uma reflexão sobre a situação que está sendo exposta.

- Enálage de pessoa e número: a primeira é a troca dos pronomes possessivos (eu/ele por tu). O mesmo acontece com o segundo, troca de pessoa no singular (eu) pelo seu plural (nós), levando o ouvinte a refletir sobre si mesmo dentro da situação.

Outro ponto importante no processo de argumentação, de acordo com Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014), são as *técnicas argumentativas*, que contribuem para os esquemas de *ligação* e de *dissociação*. Os esquemas de ligação unem as premissas do orador com a tese apresentada, a partir dos *argumentos quase-lógicos*; *baseados na estrutura do real* e os que

fundamentam a estrutura do real; os esquemas de dissociação separam elementos que pertencem a um todo, negando, assim, a ligação desses elementos. Entretanto, esses grupos não devem ser analisados de maneira isolada, pois existem argumentos que podem fazer parte tanto de um, como do outro grupo esquemático.

Caracteriza-se como o primeiro grupo esquemático os *argumentos quase-lógicos*, que se vale daquilo que é possível, plausível, provável, mas não têm um ponto de vista lógico, necessariamente (FIORIN, 2018). Apresentam-se alguns exemplos desses argumentos que são identificados de forma discernível, a citar: *contradição e incompatibilidade* – na contradição se sustenta uma posição e sua negação, entrando em dilema: o que deve ser feito para não ser incoerente?; a incompatibilidade parece com a contradição, entretanto há uma escolha entre duas proposições e, para se fazer essa escolha, depende de uma decisão pessoal, pois é uma forma de tomar partido e sempre será penosa, já que se renuncia a uma ou a ambas proposições. O *Ridículo* é um argumento que desvirtua aquilo que seria considerado o correto, modo absurdo, não proporcionando o desacordo, mas provocando o riso, através da *ironia*¹⁵. Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014) dizem que esse argumento pode ser a arma mais poderosa contra aqueles que poderiam abalar a argumentação do orador. *Identidade* é de cunho evidente, não sendo apta a opiniões opostas, o que não ocorre com a identificação, pois inclui as definições de um termo definido a um termo a que se define (ALMEIDA JÚNIOR; NOJIMA, 2010). *Analiticidade* – a partir do momento em que se admite uma definição, estabelece-se a igualdade entre as expressões que se consideram sinônimas, assim, são escolhidas de forma direcional para uma melhor adesão do auditório. A *regra de justiça* tem o valor de justiça formal, já que deve haver um único tratamento para todos os seres e para todas as situações que pertencem a uma mesma categoria, para que essa regra de justiça aconteça, é necessária a utilização do argumento de *reciprocidade*, pois identifica as situações que são analisadas, simetricamente, de igual para igual. O de *transitividade* inclui um silogismo com relações de superioridade, de inferioridade e de igualdade, um exemplo seria “se o jogador A venceu o jogador B e se o jogador B venceu o jogador C, considera-se que o jogador A é superior ao C” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p.260). A *inclusão* limita-se à demonstração e explana a *divisão*, de modo que

O mais das vezes a relação do todo com suas partes é tratada pelo ângulo quantitativo: o todo engloba a parte e, por conseguinte, é mais importante que ela; em geral o valor da parte será considerado proporcional à fração que ela constitui com relação ao todo (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p.262).

¹⁵ Uma figura retórica que dá a entender o contrário daquilo que se diz (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014).

Os argumentos de *comparação* são importantes para o processo argumentativo, já que se comparam objetos ou realidades, entre si, que estão sendo avaliados, além disso, pode ser um elemento eficaz que serve de referência a uma série de outros argumentos; entretanto, deve-se diferenciá-los das identificações e analogias, pois essas comparações de algum modo podem ser desqualificadoras. E as *probabilidades* fazem com que entre em vigor uma matemática justa, equitativa e provável, apresentando uma atitude baseada na experiência. Desse modo, “a argumentação pelo provável acarreta a redução dos dados – mesmo quando não se trata de quantificá-los – a elementos que parecem mais facilmente comparáveis” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p.293-294).

Os argumentos baseados na estrutura do real, diferentemente dos argumentos quase lógicos, não têm a pretensão de partir dos elementos racionais, mas utilizam os fatos, as verdades e as presunções para declarar solidariedade ao modo como o auditório experiencia e opina a respeito do real, permitindo, assim, o desenvolvimento da argumentação. Esses argumentos englobam dois tipos de ligações: a de conexão entre causa e consequência a um fenômeno ou acontecimento, sendo chamadas de *ligações de sucessão*, e as *ligações de coexistência*, que envolvem a união entre o sujeito e as suas ações como estimulante para uma maior adesão.

Dentre as ligações de sucessão, Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014) apresentam quatro principais tipos de argumentos: (1) pragmático – é um dos argumentos mais relevantes quando se pensa nos *juízos de valor*, pois é percebido sem grande dificuldade no momento da apreciação de acontecimentos ou atos que podem ter consequências favoráveis ou não. (2) Desperdício – esse argumento envolve elementos de sucessão de ações, o que se fez no início deve continuar, pois os sacrifícios seriam desperdiçados, em caso de interrupção. (3) Direção – apresenta uma meta que se teme, mas precisa ser cumprida, essa serve como ponto de referência de aonde se quer chegar, para isso, visa a ações que podem acarretar uma mudança geral ao se atingir a meta, esse argumento pode assumir a forma de *propagação*, *contágio* que enfatizam *mudança na natureza* entre o início e a conclusão das ações. (4) Superação – diferentemente do argumento de direção, o que importa não é se a meta foi atingida, mas superar sempre o ponto de referência, chegando a um estágio elevado. Uma das figuras mais utilizadas nesse argumento é a *hipérbole*, pois exprime o exagero; e a *lítótes*, que parece representar um pensamento mais fraco do que ele realmente é.

Já nas *ligações de coexistência*, de acordo com os tratadistas, a ideia de temporalidade fica em segundo plano, pois o elemento principal é a união de níveis considerados desiguais.

Para isso, utiliza-se do argumento da construção da *pessoa* humana e da conexão com os seus atos. Essa construção também passa por um acordo que dependerá da época, da boa reputação e o prestígio da pessoa para consistência dos seus atos – ponto importante na argumentação e característico do *argumento de autoridade*, um dos mais utilizados e mais criticados, pois “a palavra de honra, dada por alguém como única prova de uma asserção, dependerá da opinião que se tem dessa pessoa como homem de honra” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p.347), contudo, é um elemento muito importante que não constitui uma única prova, mas auxilia numa rica argumentação.

Os autores apresentam também as *ligações que fundamentam a estrutura do real*, são fundamentos que constroem uma regra ou uma generalização de maneira variada, pois desempenham funções como: *exemplo* – um acordo que se realiza da passagem de algo particular para o geral, para fundamentar o argumento, tornando-o convincente; *ilustração* – tem por objetivo avigorar a regra, fundamentada pelo exemplo, para proporcionar uma maior adesão, utilizando-se do efeito de presença. O *modelo* – é um elemento argumentativo que tem relação com o argumento de autoridade, pois consiste na indicação de imitar boas condutas de pessoas com prestígio inabalado. Em contrapartida, o *antimodelo* indica o que não deve ser imitado; evitado.

Nessa perspectiva, outro recurso importante para a estrutura argumentativa é a *metáfora* “a concebendo [...], como uma analogia condensada, resultante da fusão de um elemento do foro¹⁶ com um elemento do tema¹⁷” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p.453), por ser apresentada como uma manifestação complexa e assumir diversos papéis. Segundo os tratadistas, pode-se considerar como uma das figuras mais fundamentadas e que possui maior relevância no contexto retórico.

Por fim, os *argumentos por dissociação* são apresentados, como o próprio nome já diz, para dissociar, separar, tornar independentes elementos que podem ser considerados incompatíveis no discurso, transpondo os fenômenos que fundamentam a argumentação para solucioná-los. Vale salientar que existem enunciados predispostos a uma dissociação, como as expressões paradoxais que formulam afirmações contrárias ao que se estabeleceu (ALMEIDA JÚNIOR; NOJIMA, 2010).

A ideia central, aqui estabelecida, é fazer uma retomada das discussões já realizadas a respeito da retórica, seus aspectos formais, históricos, as técnicas utilizadas para uma boa argumentação, bem como o desenvolvimento das discussões atuais que se estabelecem,

¹⁶ O que serve para provar (NOGUEIRA, 2014).

¹⁷ Aquilo que se quer provar (NOGUEIRA, 2014).

ampliando a compreensão que se tem dessa teoria e observando não só o contexto verbal, mas o visual. Nessa perspectiva, o principal campo de interesse da retórica visual, assinalado por Durand (1970), é a publicidade, porque a considera como uma passagem de uma proposição simples para uma figurativa, por meio de uma decisão daquele que expressa a comunicação, visando, assim, alterar a mensagem para estabelecer ligações com diferentes auditórios. Contudo, para este estudo, a pretensão é que se possa desenvolver um alargamento das reflexões, de conceitos e de teorias sobre os recursos visuais presentes no infográfico e os papéis e valores argumentativos que são proporcionados, ampliando a ideia de que o infográfico, além de ser um gênero informativo, possui recursos verbais e recursos visuais retóricos-argumentativos em sua tessitura.

3 O GÊNERO INFOGRÁFICO: CONCEITOS, TIPOS E RECURSOS SEMIÓTICOS

A seção aborda os estudos realizados sobre o gênero infográfico, iniciando pelo processo da Revolução Industrial, que contribuiu para o aumento da movimentação urbana de pessoas, o que fez surgir a necessidade de a imprensa se adaptar a esse novo modo de vida, como também, de comunicar, de forma precisa e significativa, por meio de textos verbais curtos e com a utilização marcante da imagem. Dessa maneira, expõe como surgiu esse gênero textual, as propostas de definições e, apesar de existirem estudos, bem como os infográficos serem muito utilizados nas mídias atuais, percebe-se que ainda há muito que se abordar sobre o assunto.

Em seguida, apresentam-se os modelos tipológicos centrais que contribuirão para esta pesquisa, como Colle (2004), Fogolari (2009) e Nascimento (2013). Por fim, o ponto forte da pesquisa, a possibilidade argumentativa na infografia. Visto que trata de um gênero composto por certa “objetividade” nas informações, concorda-se com a ideia de Grácio (2019), quando afirma que toda “objetividade” faz parte de um discurso estratégico para garantir maior adesão do auditório à tese defendida.

3.1 Compreendendo infográficos

A utilização de recursos semióticos pela mídia tanto impressa quanto digital não é recente, cresce a cada período e proporciona a ampliação de várias áreas, como do *designer* e dos produtores de conteúdo jornalístico. Esse processo advém desde a introdução das novas tecnologias e pelo resultado da Revolução Industrial¹⁸ – período marcado por mudanças em todos os campos da sociedade, no crescimento das cidades, na produção de materiais, no acesso à leitura, na rapidez e na acessibilidade das informações, refletindo assim nos meios de comunicação.

Os sistemas de comunicação ganharam um novo personagem naquele momento histórico, preso ao papel do receptor: o homem (coletivo). Mapas, sistemas de sinalização, diagramas, quadros, tipografias, enfim, todos esses elementos se dirigiam ao grupo heterogêneo de pessoas que se concentrava e/ ou se deslocava pelas cidades ou para as cidades (MORAES, 2013, p.26).

Devido a esses grupos heterogêneos, jornais e revistas necessitaram se adaptar para alcançar tal público, de forma significativa, reduzindo as diferenças entre eles. De acordo com

¹⁸ A passagem do sistema de produção artesanal para o sistema fabril, por sua vez, foi marcada por inovações técnicas nas quais a mecanização do trabalho teve início no ramo da produção têxtil (OLIVEIRA, 2004).

Moraes (2013), três mudanças foram essenciais para esse contexto: (i) a mecanização da imprensa adotada pelo jornal de Londres *The Times*; (ii) a introdução do telégrafo na produção jornalística; e (iii) o advento da fotografia nos jornais. Essas mudanças aproximaram todas as partes do mundo que puderam ter acesso às informações de maneira ampla, rápida e com a aparência de realidade.

Outra mudança marcante desse período foi o encerramento do Publicismo¹⁹ e o início da Imprensa Comercial, esta última produzia dois modelos de jornais: um chamado *Jornal de elite*, desenvolvido para serem lidos por assinantes – nesse tipo de jornal havia a predominância de um grande volume de texto verbal, visto que a maioria que compunha esse grupo era letrada; e os *Jornais populares* – jornais baratos, vendidos nas ruas que se utilizavam de pouco texto verbal e com grande número de ilustrações e fotografias, pois esse grupo não possuía uma leitura tão desenvolvida (MORAES, 2013). Nessa circunstância, com uma população cada vez mais exposta a todo tipo de informação e com repertório linguístico restrito para compreender e assimilar tudo o que era publicado, surge, assim, no contexto jornalístico, a utilização de um novo gênero textual capaz de reduzir, de maneira significativa, as informações a partir do uso da linguagem verbal e não verbal – *infográfico*.

O termo infográfico é relativamente novo na Língua Portuguesa, tendo suas primeiras aparições no final do século XX. Quanto ao significado da palavra, apresenta-se como a aglutinação de dois termos em inglês, *information graphics*, originando, assim, *infographic*, que em português pode ser traduzido por infográfico e/ou infografia²⁰.

A palavra infografia surge no contexto dos anos 1980 como resultado da expansão do uso dos gráficos informativos pelos jornais em consequência da concorrência entre os veículos. A palavra vem do espanhol [...], e surgiu na Espanha, num seminário sobre o tema promovido pela Universidade de Navarra, em 1988. De maneira sucinta, significa informação gráfica ou ainda gráficos informativos, expressão que [...] pode ser relacionada a uma infinidade de elementos visuais. O adjetivo *information* limita-lhe o sentido: gráfico que expressa uma informação necessária para contextualizar o leitor em relação a determinado assunto complexo, portanto de natureza diferente daquela veiculada por cartuns, quadrinhos, caricaturas ou demais ilustrações, predominantemente opinativa (MORAES, 2013, p.31-32, grifos do autor).

Definir infográfico não é uma função simples, por existirem várias concepções sobre esse fenômeno que possui fortes estudiosos da língua inglesa, espanhola e francesa, bem como várias áreas do conhecimento que abordam esse gênero de forma diversa, como o

¹⁹ Jornais de opinião (MORAES, 2013).

²⁰ Os termos infográfico e infografia não são consensuais entre os autores, para muitos não podem ser considerados como sinônimos, já que a Infografia tem sido usada para representações gráficas diferentes das demais. Já o infográfico seria qualquer tipo de representação gráfica. No entanto, diferentes autores adotaram o termo infografia (LIMA, 2015). Desse modo, aqui, são considerados como sinônimos.

Designer, o Jornalismo e a Linguística. No Brasil, a discussão sobre infografia é recente e, apesar da grande utilização na mídia, ainda há confusões a respeito da sua definição e não há um consenso entre os autores, contudo Lima (2015, p.121) diria em tópicos que a infografia jornalística seria: (a) um tipo de matéria que não se limita ao texto escrito; (b) tem a seu dispor a linguagem verbal gráfica, esquemática e pictórica; (c) leitura não-linear; (d) fonte autônoma de informação.

Teixeira (2009), após analisar mais de quinhentos infográficos publicados nos mais diversos meios midiáticos, sejam impressos ou digitais, defende uma concepção de infográfico que tem, em sua composição, elementos icônicos²¹ e tipográficos, formados por mapas, fotografias, ilustrações, gráficos e outros recursos semióticos, em que elementos linguísticos e não-linguísticos são indissociáveis. Destaca, também, que os infográficos podem vir acompanhados por uma reportagem ou notícia, entretanto necessitam ser autônomos e com narrativas compreensíveis (TEIXEIRA, 2007).

Além dessas definições, há diversas outras, a citar a de Peltzer (1991), De Pablos (1991), de Valero Sancho (2001), de Fassina (2011), dentre outros. No entanto, neste estudo, utiliza-se da definição proposta por Nascimento (2013), pois o autor observa lacunas em estudos a respeito do tema, principalmente no que se refere à Linguística, e propõe uma investigação sobre como ocorre o funcionamento do infográfico em várias situações de uso. Desse modo, por não observar somente a forma/estrutura, mas também a funcionalidade de todos os elementos apresentados no gênero, é que se justifica a escolha por tal definição – acredita-se que cada elemento presente, seja ele verbal ou não verbal, contribui para o processo de construção de sentido do gênero. Logo, o autor define o infográfico como:

[...] um gênero textual visualmente informativo, desenvolvido em domínios discursivos diversos (jornalístico, educacional, científico, publicitário etc.), que se baseia na articulação esquemática de recursos semióticos e tem funções de exposição (de dados estatísticos e geográficos), explicação e narração (NASCIMENTO, 2013, p.61).

Durante a história da humanidade é possível encontrar indícios do que hoje se reconhece como infográfico, como por exemplo: na Idade Média, quando se apresentavam documentos com intenção de comunicar situações complexas; na representação das primeiras imagens das plantas nos livros “Incunábulos”, impressos até 1500, bem como em manuscritos

²¹ “Trata-se de uma representação esquemática e/ou pictórica, que pode incorporar textos curtos. [...] compreende ilustrações, gráficos, diagramas e fotografias cada um com suas características próprias” (LIMA, 2015, p.113).

(Figura 5) representados pictoricamente quando as plantas começaram a ser usadas com o objetivo medicinal (SILVA, 2014).

Figura 5 – Manuscrito Ms. Ashmole de 1431



Fonte: Silva (2014, p. 40).

No Renascimento, com os escritos à mão de Leonardo da Vinci (Figura 6), também pode ser considerado um dos precursores devido às suas características, apesar de as informações parecerem desorganizadas e de pouca sofisticação dos elementos verbais e dos visuais (NASCIMENTO, 2013). Dentre tantos esboços produzidos pelo artista, podem ser citados, como exemplo, a representação de um dos primeiros desenhos que apresentavam um feto humano – os estudos dos embriões – e, também, os rascunhos sobre os ossos humanos, os nervos, os músculos e os órgãos desenvolvidos por ele.

Figura 6 – Manuscritos estudos dos embriões e dissecação de cadáveres humanos



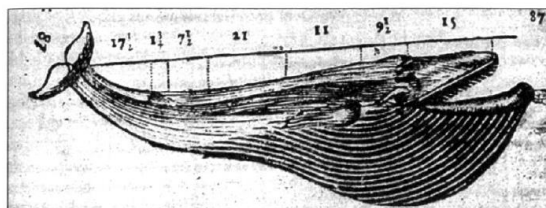
Fonte: <https://istoe.com.br/rigor-obstinado/>. Acesso em: 03 mai. 2020.

No decorrer dos anos, vários outros exemplos foram sendo reunidos, porém com muita discussão entre os autores se poderiam ou não ser considerados infográficos, como a gravura da baleia publicada no Jornal Gazeta de Lisboa (Figura 7) e a metáfora visual “Join, or die”²²,

²² Junte-se, ou morra.

com a gravura *The snake service* (Figura 8) do jornal *The Pennsylvania*. Para Nascimento (2013), o exemplo da baleia pode ser visto mais como um simples gráfico, pois a falta do texto verbal traria prejuízo na interpretação.

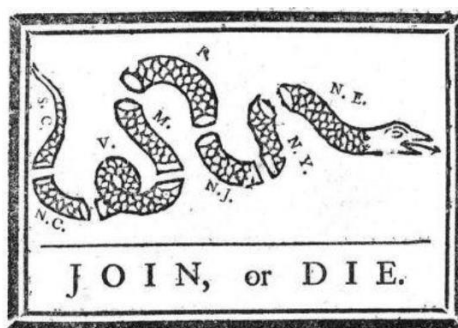
Figura 7 – Baleia dividida em escalas



Fonte: Lucas (2011, p. 193).

O segundo exemplo é contrariado por Lima (2015), pois, para ele, é considerado somente como uma peça gráfica de persuasão para convencer os habitantes das colônias norte-americanas a lutarem contra os franceses, e não, necessariamente, como um infográfico.

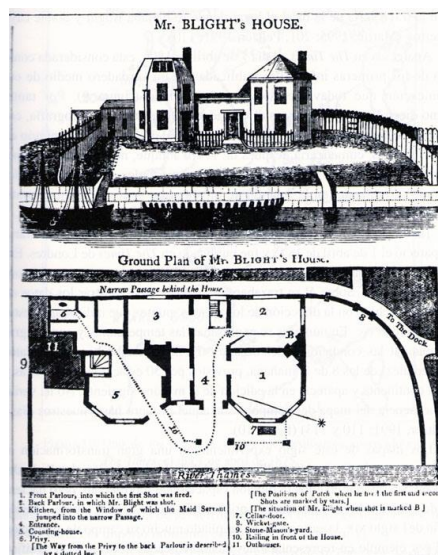
Figura 8 – The snake service



Fonte: Lucas (2011, p. 193).

De acordo com Nascimento (2013), Teixeira (2009) e outros estudiosos da área, é o jornal *The Times* o responsável pela publicação do primeiro infográfico na Era Moderna, com a apresentação da casa onde ocorreu o assassinato do Senhor Isaac Blight, bem como de todas as informações ocorridas no episódio que sucedem em cada cômodo da casa: os passos do criminoso, a movimentação da bala e o local onde o corpo foi encontrado (Figura 9).

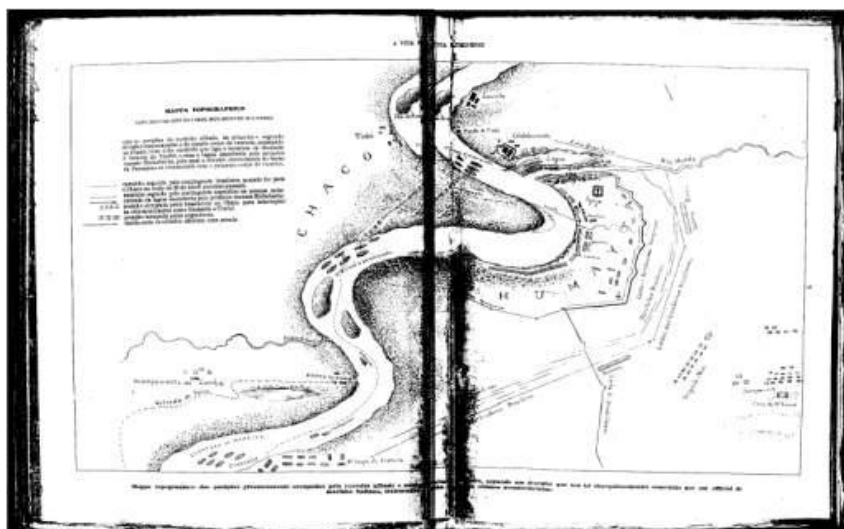
Figura 9 – Infográfico Mr. Blight's House



Fonte: <http://criavirtual.com.br/infografia/> Acesso em: 03 mai. 2020.

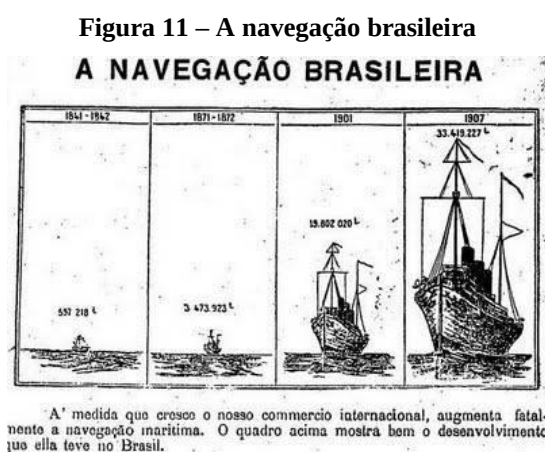
No Brasil, conforme Moraes (2013), as primeiras manifestações infográficas tinham por objetivo descrever espaços geográficos ou instalações, tendo, assim, como um dos precursores, as publicações dos mapas de guerras feitos por Ângelo Agostini, no periódico *Vida Fluminense* (Figura 10). Com a falta de fotografias, buscava-se aproximar, ao máximo, os fatos à realidade, com a ajuda do exército, que fornecia as plantas topográficas para redesenhar os mapas. Um exemplo marcante é o movimento do exército brasileiro e argentino na região do Chaco (NASCIMENTO, 2013).

Figura 10 – Mapa topográfico dos exércitos na região do Chaco



Fonte: LUCAS (2011, p.12).

Para Moraes (2013), esse seria um protoinfográfico²³, isto é, representação iconográfica que deu origem aos infográficos conhecidos hoje. Há, também, outro protoinfográfico, publicado no Jornal estado de São Paulo, com o título “A navegação brasileira” (Figura 11), considerado, recentemente, o iniciador da infografia no Brasil (TEIXEIRA, 2009). Enfim, o periódico Vida Fluminense e o Jornal O Estado de São Paulo são considerados os precedentes na publicação do que se considera como infográfico, porém “o periódico Folha de S. Paulo que é tido como o pioneiro em usar o recurso sistematicamente em suas páginas” (NASCIMENTO, 2013, p.77) juntamente com outros jornais como O Dia e o O Globo²⁴.



Fonte: TEIXEIRA (2010, p. 24).

Para este estudo, determina-se como infográfico ***o gênero textual composto por um fluxo maior e mais variado de recursos verbais e visuais, de modo paralelo um ao outro, que apresente informações de forma sucinta, objetiva, demonstre um ponto de vista – mesmo que este se apresente de maneira indireta, e seja o mais acessível²⁵ possível ao leitor.*** Na parte verbal, considera-se como critérios de composição: apresentar título, texto verbal enxuto e claro, ser subdividido em itens (direta ou indiretamente), ser um gênero autônomo – mesmo que esteja acompanhado por uma notícia jornalística; e o leitor tenha a liberdade de escolher o tópico que mais lhe chamou a atenção, isto é, uma leitura não, necessariamente,

²³ “Forma embrionária da infografia que se caracteriza pela ausência – ou presença inadequada capaz de comprometer a autonomia enunciativa dos infográficos – de alguns de seus elementos essenciais, como o texto de entrada, espécie de *lead* explicativo que situa o leitor, e outros textos complementares que seriam fundamentais para favorecer a compreensão” (TEIXEIRA, 2007, p.116).

²⁴ Estes são os jornais com os maiores números de títulos do Prêmio Malofiej – maior prêmio de infografia do mundo.

²⁵ Acessível, aqui, relaciona-se à forma mais compreensível de apresentar ao leitor uma informação. Entretanto, pode-se notar que o trabalho possui uma limitação ao retratar os aspectos linguísticos e não linguísticos em um gênero estático, principalmente quando se trata do acesso a pessoas com deficiência visual, por exemplo. Seria uma questão importante e interessante a ser discutida, porém, diante do recorte realizado e pelo tempo de duração do curso, não será abordado este aspecto.

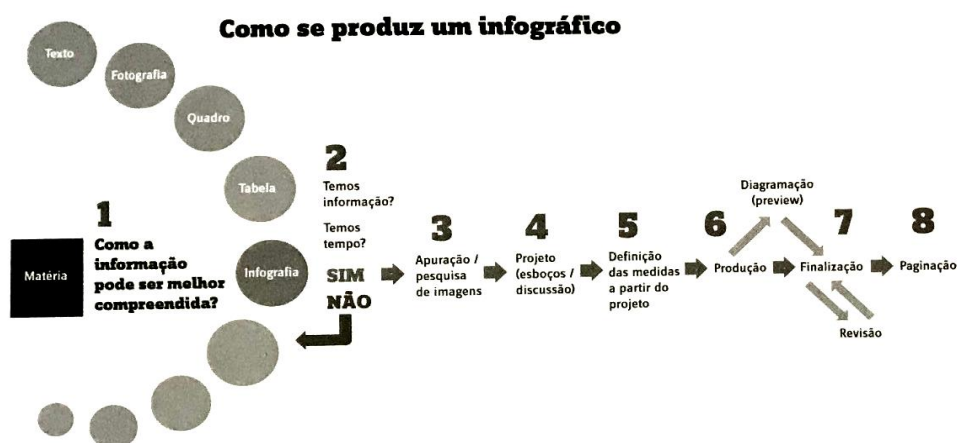
linear. Quanto à parte visual, esta deve ser indissociável da parte verbal, apresentar o maior número de elementos gráficos possível, como: tabelas, quadros, gravuras, fotografias, gráficos estatísticos, linhas, setas, mapas e demais elementos que contribuam para a compreensão do gênero. Todos esses elementos, sejam eles verbais ou visuais, contribuem significativamente para a produção do infográfico nos meios midiáticos.

Para finalizar os aspectos históricos, a produção da infografia na modernidade é um exemplo no modo de intervir nos jornais, mostrando a possibilidade de atualização e de uma nova forma de apresentação jornalística a partir da interferência da tecnologia, com o desejo de sempre comunicar melhor. Logo, o cuidado com a produção é de extrema relevância, tanto na seleção quanto na exposição e na organização do conteúdo a ser apresentado, levando em consideração o público que se quer atingir. E, quando se trabalha com um público heterogêneo, é possível destacar, também, os infográficos dinâmicos, os quais, por se utilizarem de recursos cada vez mais arrojados, promovem uma maior interatividade e possibilitam maior compreensão daquilo que é transmitido.

3.2 Tipologias dos infográficos

O cuidado no momento da produção de um infográfico, como dito anteriormente, é de extrema importância. Necessita-se de atenção na seleção de cada recurso a ser utilizado, é indispensável pensar bem no modo de organização das informações, no tempo disponível para produção, bem como nas informações mais essenciais, para transformar uma informação verbal em visual e vice-versa. A produção compreende distintas fases que são efetivadas de forma sequencial e quase natural para quem tem apropriação do processo e a realiza frequentemente. Moraes (2013) descreve os passos para a realização de um infográfico, como pode ser observado na figura 12.

Figura 12 – Passos para produção de um infográfico



Fonte: MORAES (2013, p. 68).

Dentre os passos citados, poderiam ser acrescentados mais alguns que são de grande valia para a circulação e apresentação de uma matéria: (1) qual público se quer atingir? (Gênero, faixa etária, escolaridade, classe social, entre outros); (2) há públicos heterogêneos? Então, como adaptar as informações para chamar a atenção desses leitores? (3) quais recursos linguísticos e não-linguísticos são mais apropriados para determinado público? É importante pensar nesses pontos, em razão de a projeção de um infográfico depender do tipo de pergunta que se quer responder, de acordo com o objetivo que se pretende alcançar.

Nessa perspectiva, ao descrever algo, a pergunta que se faz é: o *quê?* *Quem?* *Ou onde?* Quando se pretende explicar o funcionamento de alguma coisa, a pergunta é: *como?* *Ou por quê?* Por fim, se a intenção é contextualizar um fato histórico, a pergunta que se faz é: *quando?* (MORAES, 2013, p.73). Teixeira (2007) propõe um modelo tipológico que tem como foco favorecer a compreensão do leitor, assim como tornar a informação atrativa, que é a função primordial do jornalismo.

Colle (2004), por sua vez, desenvolve um modelo baseado em três categorias gerais de infográficos (doravante IGs): (i) IGs científicos ou técnicos; (ii) IGs de divulgação; e (iii) IGs jornalísticos; o autor apresenta, ainda, oito categorias específicas que mostram aplicações dos infográficos mencionados anteriormente. Fogolari (2009), baseada na proposta tipológica de Colle (2004), estabeleceu o agrupamento dos infográficos de sua pesquisa em cinco classes que serão apresentadas no quadro 1.

Para Nascimento (2013), propor uma alternativa de tipologia que vai além dos aspectos formais do gênero e englobe as suas funcionalidades é essencial, pois busca “entender o ‘para quê’ tal infográfico foi usado em determinada seção e de que forma os recursos semióticos contribuem para o efeito de sentido que o gênero pretende alcançar na

audiência” (NASCIMENTO, 2013, p.118). Na proposta do autor, o infográfico pode ser pensado em três grandes categorias, como apresenta a figura 13.

Figura 13 – Modelo tipológico funcional de Nascimento



Fonte: NASCIMENTO (2013, p. 119).

Para finalizar, apresenta-se um quadro síntese com a demonstração das categorias estipuladas pelos principais autores, os modelos tipológicos definidos por cada um e as definições das características categóricas dos infográficos (Quadro 1).

Quadro 1 – Síntese dos modelos tipológicos

Autor/ Ano	Modelos tipológicos dos infográficos	Definição/ Caracterização
Moraes (2013)	Exploratórios	São mais simples, produzidos em situações de urgência para a publicação e têm por objetivo descrever elementos. Nesta categoria, são incluídos os gráficos com dados estatísticos.
	Explanatórios	Possuem função de explicar o funcionamento de determinado objeto ou, ainda, a narrativa de acontecimentos sobre determinados fenômenos.
	Historiográficos	Apresentam uma sucessão de eventos históricos, tendo por principal característica uma linha do tempo de fatos ocorridos em ordem cronológica.
Teixeira (2007) ²⁶	Enciclopédicos	Apresentam informações com um caráter mais geral.
	Jornalísticos	Possuem aspectos informativos mais singulares.
	Diagramáticos	O autor apresenta como os mais fáceis e rápidos de memorizar, pois há uma combinação entre pictogramas e diagramas (apresentando o mesmo conteúdo estatístico de uma tabela estatística).
	Iluministas	Têm por referência os manuscritos da Idade Média. Nesse tipo de infográfico o texto verbal ainda é o mais importante, acompanhado por ícones e pictogramas que servem de ilustração.
	Info-mapas	Os mapas constituem outra fonte de

²⁶ Cada um desses grupos pertence a subgrupos definidos como: *independentes* – como o próprio nome já diz, independem de outra matéria, são autônomos; e os *complementares* – que estão ligados a uma notícia.

Colle (2004)		classificação dos infográficos – tanto os geográficos, como os econômicos e os temáticos, pois apresentam a combinação de um mínimo recurso verbal com o visual.
	Primeiro nível	É um modelo mais completo, contendo elementos básicos como: título, texto âncora e ilustração.
	Segundo nível	A única contraposição ao infográfico de primeiro nível é que neste o texto verbal se torna uma parte dinâmica do infográfico e sobrepõe os ícones, sendo apresentado por meio de balões, como nas histórias em quadrinhos.
	Sequência espaço-temporal	Apresenta uma sequência de eventos que ocorrem no tempo, bem como o desenvolvimento de cada etapa desses eventos em um único gráfico.
	Mistos	É a combinação de vários tipos de classes de infográficos, em que se originam diversos padrões.
	Megainfográficos	É um modelo mais complexo, com informações em abundância e não se preocupa com a economia do espaço, podendo ocupar toda a página de um jornal ou revista, geralmente utilizado em reportagens de divulgação científica.
Fogolari (2009)	Dados estatísticos	Demonstram informações numéricas através de gráficos, base para esse tipo de infográfico, a partir de imagens, cores, formatos relacionados ao assunto específico.
	Descrição por categorias	Descreve determinado objeto com textos verbais curtos especificando detalhes característicos.
	Descrição por comparação	As informações são expostas através de imagens acompanhadas por textos verbais, de modo a oferecer ao leitor a probabilidade de análise simultânea de duas posições adversas, identificando as semelhanças e as diferenças, isto é, o atributo básico é a comparação;
	Descrição por ordenamento temporal	Informações apresentadas por etapas cronológicas podem ser apresentadas de maneira crescente ou decrescente.
	Mapeamento de um item	Apresentação de dados informativos que iniciam do micro ao macro ou vice-versa.
Nascimento	Função de exposição	São os que expõem dados de ordem <i>estatística</i> – apresentam dados numéricos sobre situações do cotidiano que podem ter função informativa ou de análise, como, por exemplo, gráficos e diagramas com resultados das eleições; ou <i>geográfica</i> – estes, por sua vez, recorrem aos mapas como gênero base para apresentar

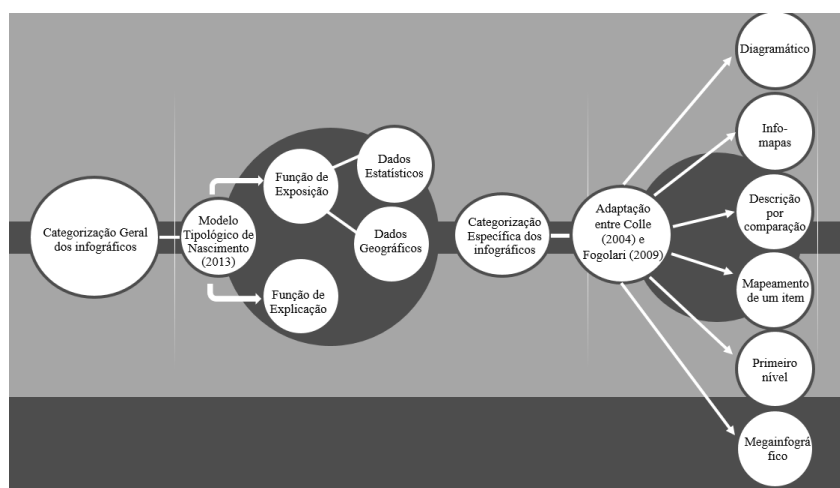
(2013)		informações numéricas.
	Com função de explicação	Têm por função explicar fenômenos e processos de dados informativos, levando o leitor a seguir uma sequência na leitura.
	Com função de narração	Apresentam como determinados fatos aconteceram no tempo e no espaço, tendo como característica marcante a utilização de uma linha do tempo contando uma história

Fonte: Do próprio autor.

Apesar de os modelos tipológicos de Moraes (2013) e Teixeira (2007) contemplarem muitas características formais nas quais o trabalho acredita, nesta pesquisa, optou-se por utilizar uma adaptação entre o modelo tipológico proposto por Colle (2004) e ampliado por Fogolari (2009). Primeiro, a ideia de Colle (2004) está aliada à defesa do estudo proposto de que um infográfico é uma complementação mútua/paralela entre os elementos verbais e os visuais, bem como explicita que a linguagem verbal é analítica – compreendida a partir do estudo das partes; enquanto a linguagem visual possui uma visão de totalidade imediata. Assim, a combinação desses dois elementos apresenta visões amplas e precisas para a compreensão do público que se quer atingir.

Além disso, mesmo existindo modelos com maior quantidade de tipologias definidas sobre o gênero, percebem-se vantagens na escolha por essa adaptação, pois, ao realizar as primeiras análises, de modo informal, nos infográficos do *corpus*, foi perceptível que as tipologias expressas pelos autores citados condizem de maneira satisfatória com os objetivos da pesquisa e com a estrutura do gênero que seria analisado, visto que as tipologias propostas por Colle (2004) são caracterizadas pela forma estrutural, observando os detalhes presentes, enquanto Fogolari (2009) estabelece uma ampliação dessas classificações, observando o propósito e a organização retórica do gênero, por meio das características mais dominantes. E para caracterizar os infográficos do *corpus* numa seleção geral, foi decidido utilizar o modelo tipológico de Nascimento (2013), pois analisa o infográfico em sua forma e em sua função mais ampla paralelamente, como demonstra a figura 14.

Figura 14 – Adaptação dos modelos tipológicos que mais coadunam com o objetivo da pesquisa



Fonte: Elaboração do próprio autor.

Então, para reafirmar, optou-se por adaptar os modelos sugeridos pelos autores que mais interagissem e mais correspondessem com o objetivo do trabalho e com as características da constituição do *corpus* da pesquisa. Assim, iniciou-se com uma categorização mais ampla proposta por Nascimento (2013) e, em seguida, uma adaptação entre Colle (2004) e Fogolari (2009), de modo mais específico.

3.3 Possibilidade argumentativa na Infografia

O infográfico é um gênero visualmente informativo composto por registros gráficos de informação que combinam o verbal e o visual de modo inerente; permite e facilita a compreensão de uma informação; explica fatos e acontecimentos a partir de variadas formas como mapas, gráficos, fotografias, ilustrações, esquemas e outros recursos semióticos; além disso, segue uma leitura não-linear e tem por característica ser um gênero autônomo que pretende esclarecer algo objetivamente, o que somente o texto verbal não seria o suficiente.

A provocação estabelecida neste contexto é que o gênero infográfico, ainda que não tenha a pretensão de convencer e persuadir de forma direta, pode possuir, intrinsecamente, um viés argumentativo – mesmo quando isso não é esperado pelo auditório. Uma vez que se trata de um gênero composto por certa “objetivação” na apresentação de informações complexas, significa dizer que esta “objetividade” propõe uma distinção entre aquilo que é relevante e aquilo que não é para o assunto tratado, logo, a ideia é apresentar o que interessa e coaduna a um determinado olhar a respeito do que está sendo discutido. Ademais, a “objetivação” do gênero serve como uma maneira estratégica discursiva para garantir uma possível adesão à tese defendida, como é percebido nas teorias de argumentação no discurso em que é possível

supor a intencionalidade do locutor como agente social que tem ciência do seu poder de ação sobre o outro (CAVALCANTE, 2016).

De acordo com Grácio (2019, p.140), ao se referir às estratégias de objetivação, a intenção é frisar que

[...] qualquer tipo de objetividade que queiramos afirmar é sempre um resultado, ou um efeito do discurso, efeito que decorre de forma como no discurso se gere o campo do pressuposicional. Dito de outra maneira, todo o discurso é intrinsecamente estratégico por que implica (consciente ou inconsciente, voluntária ou involuntariamente, pouco importa) a assunção de pressupostos.

De certo modo, pode-se considerar que uma tomada de posição, um posto de vista, ou um posicionamento diante de arranjos divergentes que se tenta fazer aceitar são discursos em que há argumentação (AMOSSY, 2018). Compreende-se, assim, que um discurso, seja ele político e/ou estando atrelado a gêneros midiáticos – como no caso do infográfico – pode possuir estratégia argumentativa, visto que não é, necessariamente, o modo como o gênero é estruturado que determina a argumentação, mas o que se prevê da interação na prática do gênero. Além disso, tanto o jornalista quanto o produtor da infografia faz uma escolha, toma uma decisão a respeito do viés que a informação será transmitida, seja apoiando ou contrariando determinada discussão, e essa escolha/decisão envolve “um poder discricionário – o poder de determinar critérios de conveniência e de oportunidade, ou seja, parâmetros focais de avaliação e de juízo – a que se deve ter maior atenção” (GRÁCIO, 2014, p.173).

Ainda de acordo com o autor, “não há objetividade que não dependa de critérios de relevância” (GRÁCIO, 2014, p.175) e nada melhor que utilizar um infográfico – gênero simples, claro e direto – para criar esse efeito de objetividade, atribuindo confiabilidade a uma determinada informação, principalmente por se dirigir a um auditório heterogêneo, cujo discurso necessita lançar um impacto sobre o público em geral sendo conciso e, ao mesmo tempo, significativo para ter eficácia.

Amossy (2018) define esses processos a partir dos conceitos de *visada argumentativa* e *dimensão argumentativa*, permitindo distinguir os discursos que possuem uma função explícita de persuadir, daqueles que não possuem, respectivamente. O primeiro conceito refere-se a um esforço permanente de conseguir a adesão a uma tese; enquanto o segundo propõe uma mudança, de forma modesta, aos modos de ver e sentir. A autora destaca que as informações jornalísticas não possuem uma finalidade argumentativa explícita, mas uma dimensão e admite que, apesar de não ter a intencionalidade da prova, não deixam de orientar o olhar e conferir sentidos particulares. Desse modo,

Não fica inteiramente claro o que define os textos de dimensão argumentativa, exceto o fato de utilizarem meios de agir sobre o outro, tentando fazê-lo aderir a um ponto de vista ou, mesmo, mudar de direção quanto a seu modo de ver e de sentir em relação a uma questão social. Podemos reivindicar que todo texto, pelo qual é responsável um locutor em dado papel social, busca um certo modo de atingir um interlocutor em outro papel social e, em vista disso, tem uma dimensão argumentativa, mesmo quando não se propõe problematizar uma questão social (CAVALCANTE et al, 2019, p.10).

De acordo com a autora, o modo de argumentar depende do tipo de interação, dos papéis sociais previstos na prática social, bem como nas relações de poder que se impõem entre os participantes. Nesse contexto, retomando a ideia de Amossy, se o discurso eleitoral ou a campanha publicitária tem por finalidade fazer com que o auditório tome uma decisão imediata, com o objetivo de satisfazer seus desejos vagos e supérfluos, pode-se contrariar essa ideia, propondo um modelo dialogal a partir do infográfico, pois não apresenta uma verdade absoluta, unilateral, mas perguntas dialogais por meio de recursos multissemióticos que podem fornecer estratégias para a estruturação retórica do gênero. Segundo Plantin (2008, p.64-65), “em tal situação, têm valor argumentativo todos os elementos semióticos articulados em torno dessa pergunta [...] visando a tornar sensíveis as posições defendidas”.

É nessa perspectiva que a argumentação não participa somente dos textos que tentam fazer aceitar uma tese bem definida, mas também daqueles que levam a compartilhar um ponto de vista sobre o real, reforçando valores, orientando a reflexão. A noção de dimensão argumentativa permite [...] captar uma dimensão central das trocas do cotidiano, ou do discurso midiático de informação. A noção de modalidade argumentativa permite reconhecer modos bem diversos pelos quais o discurso orienta ou reorienta uma visão das coisas ou uma opinião [...] (AMOSSY, 2018, p.46).

A orientação pelo discurso em seguir determinada linha ou não passa por duas operações matriarcais, propostas por Grácio (2014), que podem ser vistas ao *nível de análise e de síntese*, por meio de procedimentos que se caracterizam como os de *filtragem* e os de *saliência*. Ao nível de análise, os procedimentos de *filtragem* estão baseados no desenvolvimento de um assunto sob determinado ângulo e o julgam de forma antecipada; enquanto os de *saliência* se inscrevem na seletividade, que distingue os termos relevantes, por critérios de decomposição que observa, seleciona e isola os elementos centrais – os mais importantes, ou melhor, que possuem maior relevância; dos periféricos – isto é, os que estão em segundo plano em nível de significância. Já o nível de síntese reporta a uma conclusão, “[...] – a contingência que já se encontrava na discriminação analítica, ainda que desaparecida pela suposta neutralidade de um observador que apenas procede a uma coleta factual – [...]” (GRÁCIO, 2014, p.177).

Esses procedimentos podem ser percebidos ao analisar o infográfico, que, como já dito, dispõe de características informativas e não demonstra, de forma clara, a ideia de convencer e persuadir, pois gêneros como estes selecionam os elementos que serão apresentados, por meio de processos de relevância que determinam sobre qual ponto de vista o orador deve melhor explorar o assunto. Destaca-se a ideia de que todo discurso possui viés ideológico e pode utilizar elementos retórico-argumentativos para estimular a adesão de determinada tese ao auditório a que se destina.

Neste sentido, ao produzir um gênero com essas características, vários elementos são levados em consideração, iniciando pela seleção da matéria que é mais relevante para se tornar um infográfico; a preferência pela composição; a escalação das imagens; a escolha dos recursos linguísticos que são mais apropriados para determinado público, pois “é somente quando [...] consegue ter uma ideia de seu público que o orador pode tentar aproximá-lo de seus próprios pontos de vista” (AMOSSY, 2018, p.55). Enfim, pode-se perceber que esses procedimentos são capazes de fortalecer a ideia de que qualquer discurso, por mais que tente apresentar certa “neutralidade” – como no gênero informativo midiático – possui elementos que foram cuidadosamente selecionados de modo a conceber uma apurada linha de pensamento ou uma direção do olhar a determinado foco, em detrimento de outro. Essa perspectiva está atrelada a uma tomada de decisão e isso significa propor estratégias, direcionar caminhos, optar por determinado viés, isto é, ser seletivo e, assim, colocará em prática os procedimentos de saliência e filtragem (GRÁCIO, 2019).

Em síntese, o infográfico é um gênero comunicativo que expõe as informações de forma clara e objetiva, de modo a demonstrar uma neutralidade que, diante das discussões, nota-se não acontecer de fato, isso é percebido por meio de conceitos que explicam processos que são de extrema importância para a escolha, a seletividade e a filtragem de elementos relevantes que compõem a argumentação. Assim, o infográfico pode apresentar um posicionamento – uma tese ou uma questão argumentativa e a defende, de modo a tentar garantir maior adesão do auditório. E, como se refere a um auditório misto/ heterogêneo, todos os argumentos são válidos, sejam eles expressos através de recursos verbais, recursos visuais, ou, ainda, a partir da conjugação desses dois elementos. Esse é o ponto marcante e o diferencial na análise desta pesquisa.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente seção está dividida em três partes e expõe os procedimentos metodológicos e analíticos que demarcam este trabalho. Na primeira, caracteriza-se o objeto de estudo, englobando três dos principais trabalhos que contribuíram para esta pesquisa. Em seguida, apresenta os procedimentos de análise, mostrando o passo a passo do que foi realizado para o desenvolvimento do estudo, desde a revisão sistemática de trabalhos anteriores, perpassando pela bibliografia, escolha e delimitação do *corpus*. Na última parte, exhibe a coleta, a apresentação dos dados e a proposta de dois quadros como método de análise, a partir de critérios que conglomeram pistas verbais e pistas visuais para composição e estrutura formal de um infográfico, além de considerar o estudo da Nova Retórica, de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014), com as técnicas argumentativas e exemplificada através das áreas de uso dos artefatos visuais, propostos por Foss (2008), como aspectos que definirão a análise argumentativa-interpretativa dos dados.

4.1 Caracterização do objeto de estudo.

O estudo da Retórica Visual ainda é incipiente, sendo datado como marco inicial o ano de 1996 com discussões que abarcam, principalmente, o papel argumentativo e retórico que as imagens podem exercer e, desde 2015, admite-se a proposta de que há uma argumentação a partir do visual. Destarte, o gênero mais marcante da análise retórica visual é a publicidade, pois visa a proporcionar estímulos visuais e estímulos verbais bem elaborados, persuasivos e convincentes para chamar a atenção do auditório, neste caso o consumidor. Entretanto, esta pesquisa apresenta como ponto importante para a análise visual o infográfico, visto que é um gênero de grande circulação nos meios midiáticos de comunicação, seja impresso ou digital, produzido por diversos profissionais que pretendem transmitir uma informação de maneira clara e dinâmica. Segundo Lima (2015), muitos teóricos tentaram limitar o termo “infografia”, a partir de diversas definições, porém, pode-se afirmar que é um modo de visualização de informação que facilita compreender fatos e acontecimentos por meio do uso da linguagem composta por diversos elementos com mais de uma forma de representação (PASSOS, 2015).

Tratando-se da análise de recursos verbo-visuais e sua contribuição para força argumentativa no gênero infográfico, a bibliografia pode ser considerada insuficiente, pois são estudos iniciantes na linha de pesquisa proposta. Dessa forma, ao realizar um levantamento

das principais bibliografias, por meio de uma revisão sistemática²⁷ para esta pesquisa, poucos trabalhos demonstraram analisar, explicitamente, a retórica visual presente nesse gênero textual.

Convém salientar três trabalhos que se aproximam e que contribuíram, significativamente, para esta pesquisa, porém com foco e com propostas diferentes daqui apresentadas. O trabalho de Fogolari (2009), por exemplo, tem por objeto de estudo o gênero infográfico, especificamente, nas publicações do Jornal Folha de São Paulo, a partir da teoria sociorretórica de Swales. Em sua pesquisa, verifica a relação do gênero com o jornal, observa a organização retórica do gênero, de acordo com os passos e os movimentos sociorretóricos definidos por Swales, bem como as relações que se estabelecem entre o infográfico e a matéria e/ou reportagem que o acompanha. Com o estudo, foram percebidos três resultados principais: há cadernos do jornal que apresentam um maior número de infográficos que outros; a organização dos infográficos ocorre por meio de três movimentos retóricos – identificação, composição e contextualização; e, por fim, os infográficos analisados trazem uma informação complementar a matéria ou notícia exposta em primeiro plano.

Nogueira (2014) faz uma releitura do trabalho de Almeida Júnior (2010), que apresenta uma retórica do *designer* gráfico nas capas da Revista Veja. Desse modo, em seu estudo, discute a visualização dos dados e o discurso persuasivo do *designer* gráfico, a partir da análise dos atributos visuais dos infográficos, bem como investiga o uso de ferramentas disponíveis que contribuem para a adesão do leitor. Para isso, fundamenta-se na Nova Retórica, de Perelman e Olbrechts-Tyteca, realiza um trabalho transdisciplinar, por meio da integração entre a retórica, as investigações sobre a Percepção Visual e visualização de dados, nas pesquisas de Colin Ware e Stephen Few e na Semiótica de Peirce. Utiliza como *corpus* de análise os infográficos da seção Jornais da 6ª Mostra Nacional de Infografia de 2012, o Infolide. Diante do seu estudo, foi possível compreender que o *designer* gráfico intensifica o poder persuasivo nos infográficos.

E, para terminar, o trabalho de Nascimento (2013), que fez uma análise de infográficos do Guia do Estudante Atualidades (2010 a 2012), por meio de um estudo sistematizado, o que preenche lacunas existentes, tendo como principal contribuição a inclusão de conceitos linguísticos, como a funcionalidade do gênero infográfico, pois, até então, os estudos sobre infografia eram focados em áreas como jornalismo, comunicação e *designer*. De acordo com

²⁷ “[...] é uma forma de pesquisa que utiliza como fonte de dados a literatura sobre determinado tema. [...] As revisões sistemáticas são particularmente úteis para integrar as informações de um conjunto de estudos realizados [...] bem como identificar temas que necessitam de evidência, auxiliando na orientação para investigações futuras” (SAMPAIO; MANCINI, 2007, p.84).

o resultado da pesquisa, os infográficos com funções em comum apresentam regularidades no que tange aos aspectos formais.

Por conseguinte, o diferencial que este trabalho traz é a ampliação das reflexões a respeito da utilização de recursos próprios da Retórica Visual, voltadas não só para a área publicitária, como também em outros gêneros textuais multissemióticos, a citar, como exemplo, o infográfico, pois, apesar da grande recorrência nos meios de comunicação cotidianos, ainda, na academia, o estudo nessa perspectiva é incipiente. Bem como, demonstrar que os elementos verbais e os elementos visuais são escolhidos, selecionados e apresentados de maneira planejada e interligada com a intenção de promover sentidos persuasivos à compreensão do leitor.

4.2 Constituição do *corpus* e coleta de dados

O *corpus* de análise desta pesquisa é constituído por infográficos jornalísticos²⁸ publicados no jornal digital Folha de São Paulo. A escolha desse jornal se deu por meio de uma revisão sistemática sobre os jornais digitais de maior circulação no país, bem como em crescimento no número de assinantes (figura 15), é tido como o pioneiro em usar infográficos, sistematicamente, em suas páginas e o primeiro a publicar o Manual de infografia²⁹, desenvolvido por Kanno e Brandão, em 1998. Além disso, segundo Nascimento (2013, p.77-78), “[...] o jornal é um dos principais expoentes da infografia jornalística no país, tendo em seu currículo várias medalhas do Prêmio Malofiej”.

Figura 15 – Jornais de maior circulação no país em 2019

Jornal	Média (2018)	Média (2019)
Folha de S. Paulo	308.685	328.438 
O Globo	301.490	323.172 
O Estado de S. Paulo	244.834	242.374 
Super Notícia	187.224	193.105 
Zero Hora	181.183	163.594 

Fonte: Jornal meio e mensagem³⁰

²⁸ De acordo com Colle (2004), são aqueles que se inserem em jornais não apenas para auxiliar na visualização do que foi descrito, mas para apresentar informações sequenciais e eventos que ocorrem ao longo do tempo.

²⁹ O manual de infografia da Folha de São Paulo foi produzido por Mário Kanno e Renato Brandão, em 1998, e está organizado em itens com as seguintes questões: O que é infografia? Quando usar? E como produzir infográficos para as diferentes situações. Disponível em: <https://bit.ly/2ZEuTif>.

³⁰ Disponível em: <https://bit.ly/3kC6xyl>.

Assim, para constituição do *corpus* da pesquisa foram escolhidos os infográficos estáticos do jornal digital de maior circulação no país, Folha de São Paulo, especificamente, no período de agosto a outubro de 2018, que compreende o período das eleições para presidência da república. Essa escolha se justifica pelo fato de remontar, conforme Barthes (2001), a origem da retórica³¹, que se refere aos aspectos políticos e à busca pelo poder – na época a disputa pelo poder de dominação de terras, na atualidade, pelo poder de governar o país. Além disso, foi uma disputa envolvendo diversas polêmicas e o uso de recursos visuais e de recursos verbais pode ter contribuído para o convencimento e persuasão do auditório/população, devido à sua grande utilização nas redes sociais.

A coleta dos dados da pesquisa ocorreu entre os dias dois e dezoito de julho de dois mil e dezenove, observando, assim, que o jornal digital apresenta cadernos com publicação diária, consistindo em: (a) Primeiro Caderno – Poder; (b) Cotidiano e esporte; (c) Ilustrada; (d) Caderno Especial; (e) Cotidiano e Esporte – Ed. Nacional; (f) Acontece. Para esta pesquisa foi considerado somente o Primeiro Caderno, por apresentar uma quantidade significativa de infográficos com o tema eleições. Dessa maneira, os cadernos que possuem publicações semanais e mensais não foram analisados, bem como os das sessões especiais, por não apresentarem infográficos de acordo com as intenções desta pesquisa. Com esses textos, foi estruturada uma pasta com os arquivos dos infográficos salvos em formato JPEG (*Joint Photographics Experts Group*), essas imagens foram guardadas e separadas em subpastas, de acordo com o mês de apresentação – agosto, setembro e outubro, com a data de publicação no jornal e a data em que a pesquisadora obteve acesso aos dados.

Durante a coleta, percebeu-se um número extenso de infográficos encontrados no período determinado e, de acordo com o levantamento feito nas 92 edições do jornal, resultou-se um total de 149 exemplares do gênero infográfico com diferentes atributos específicos. Assim, a primeira classificação foi baseada na proposta tipológica funcionalista de Nascimento (2013), pois contempla características, de maneira mais ampla e mais geral, por meio de três grandes categorias que preenchem as lacunas dos modelos tipológicos anteriores ao analisar não só a forma, mas os sentidos peculiares dos infográficos, qual seja (Tabela 1):

³¹ A histórica referente ao surgimento da retórica como prática social e processo de busca pelo poder de apropriação de terras e pelo poder de convencer e persuadir pela palavra, encontra-se na página vinte e dois desta dissertação.

Tabela 1 – Número de infográficos que compõem o *corpus* da pesquisa separados por grupos característicos

QUANTIDADE DE INFOGRÁFICOS				
Exposição de dados estatísticos	Exposição de dados Geográficos	Explicação	Narração	Total
100	21	28	00	149

Fonte: Produção do próprio autor, a partir do modelo tipológico proposto por Nascimento (2013).

Como pode ser notado, os infográficos mais exibidos foram aqueles com características de exposição de dados estatísticos, tendo como uma de suas principais definições a composição de dados, basicamente, apresentados por gráficos³², podendo ser subdivididos em dois tipos: de informações e de análise. De acordo com os estudiosos norte-americanos (LUCAS, 2011), os gráficos são compreendidos como uma das *possibilidades*³³ da infografia, juntamente com outros gêneros multissemióticos, entretanto, para este trabalho, os que contêm somente um gráfico não serão utilizados, pois, de acordo com Teixeira (2007), alguns gráficos ilustrados, apresentados em jornais, não podem ser considerados infográficos, porque é, jornalisticamente, dependente de uma matéria para compreensão completa da informação para além do conteúdo numérico, como mostra o exemplo na figura 16.

Figura 16 – Gráfico com número de inserções ao dia dos candidatos à presidência na TV

Fonte: Jornal Folha de São Paulo, publicado em 05 ago. 2018. Acesso em: 02 jul. 2019.

Nesta pesquisa, é considerado *infográfico aquele que concentra um fluxo maior e mais diversificado de elementos verbais e elementos visuais para apresentar uma informação*, diferentemente dos gráficos individuais que representam dados comparativos entre si, por meio de tabelas e diagramas. Desse modo, o limite ou a proporção para se considerar determinado gênero como infográfico seria a não dissociação entre o verbal (que vai além de uma simples legenda ou título) e a imagem (que vai além do simples valor ilustrativo e estético) que deve contar com recursos visuais diversos, apresentados por meio de: fotografias, mapas, tabelas, ilustrações, diagramas, dentre outros elementos (TEIXEIRA, 2007).

³² “Representação diagramática de dados, normalmente provenientes de tabelas ou dados estatísticos, que podem ser aglutinados em unidades a serem comparadas entre si” (NOGUEIRA, 2014, p. 32).

³³ Grifo nosso.

Após a coleta dos dados e a partir da identificação dos infográficos de acordo com as características de cada grupo mais amplo, deu-se início à definição dos critérios para a delimitação do *corpus* que iria compor a análise desta pesquisa. Assim, foram considerados como critérios: (a) estrutura do texto, (b) sua finalidade, (c) forma de composição e (d) forma de visualização.

Segundo Colle (2004), existem oito tipos de infográficos: *Diagrama, Iluminista, Info-mapa, de 1º nível, de 2º nível, Sequências espaços temporais; Misto e Megainfográfico*. Fogolari (2009), baseada em Colle (2004), afirma que é possível agrupá-los em cinco classes: *dados estatísticos; descrição por categorias; descrição por comparação; por ordenamento temporal e mapeamento de um item*. Então, fez-se uma articulação entre as categorias promovidas por Colle e por Fogolari para atender ao objetivo da pesquisa – descrever os recursos verbais e os não-verbais que contribuem para a construção argumentativa do gênero. Apesar de existirem categorias mais completas, percebem-se vantagens nessa adaptação, em relação aos objetivos da pesquisa e às estruturas do gênero analisadas, visto que as categorias propostas por Colle (2004) são classificadas de forma mais específica e destaca os aspectos formais, enquanto Fogolari (2009) promove uma ampliação dessas classificações, observando o propósito e a organização do gênero, por meio da característica mais dominante. Portanto, na tabela 2, é possível visualizar quais são as classificações dos infográficos que compõem o *corpus* para análise. Assim, tem-se:

Tabela 2 – Número final de infográficos, por categoria, que compõe o *corpus* da pesquisa

QUANTIDADE DE INFOGRÁFICOS						
Diagramáticos	Info-mapas	Descrição por comparação	Mapeamento de um item	Primeiro nível	Megainfográfico	Total
11	08	10	05	01	03	38

Fonte: Produção do próprio autor, após adaptação entre as tipologias definidas por Colle (2004) e Fogolari (2009).

Esses dados foram, novamente, salvos em pastas com os nomes das categorias pertencentes, com as datas da publicação e as da coleta, entretanto, as demais categorias definidas pelos autores não se encaixaram na estrutura e nas características dos infográficos coletados no *corpus* desta pesquisa. Por esse motivo não foram, aqui, apresentadas.

Logo, a seleção do *corpus* baseou-se no Primeiro Caderno do jornal digital por possuir a maior recorrência das seis categorias estabelecidas. Depois de organizar os infográficos ilustrativos de cada categoria, revisitá-los durante alguns meses, bem como em discussão com a orientadora e ao apresentar o projeto ao GPARA (Grupo de Pesquisa em Argumentação e

Retórica Aplicadas) e ao GELINS (Grupo de Estudos em Linguagens, Interação e Sociedade) foi percebido, ainda, um número muito alto de infográficos para dar início às análises, principalmente, nas categorias: *diagramáticos*, *info-mapas*, *descrição por comparação e mapeamento de um item*; tendo em vista a preocupação de essas serem muito redundantes e repetitivas. Assim, os grupos deram duas sugestões: desenvolver outros critérios e haver mais uma seleção, ou estabelecer a meta de analisar com maior profundidade e com maior amplitude um infográfico de cada categoria e apresentá-los, em anexo, à banca examinadora.

A princípio, optou-se pela segunda sugestão – realizar a análise descritiva-argumentativa-interpretativa de seis infográficos (um de cada categoria), de forma minuciosa, porém, após apresentação à Banca de Qualificação, foi sugerido analisar a estrutura dos trinta e oito infográficos, baseada na proposta metodológica apresentada nos quadros 2 e 3 (p.72 e p.73 desta dissertação, respectivamente), estabelecendo critérios para uma última seleção de infográficos a serem analisados, de modo interpretativo. Assim, em função do objetivo da pesquisa de realizar análises numa perspectiva qualitativa, a seleção criteriosa dos infográficos optou-se por exemplos que não sejam tão similares em sua estrutura, isto é, a escolha utilizou como critérios se os infográficos contemplam: (i) **todos** os itens dos quadros, (ii) **o maior número** de itens, e (iii) **o menor** número de itens. Além disso, fez-se uma comparação entre os analisados, discutindo a seguinte questão: Existe uma correlação entre a quantidade de critérios técnicos composicionais com a promoção de efeitos retóricos no gênero?³⁴

Nessa perspectiva, pretende-se que o estudo sirva de referência para outras análises, a partir da demonstração de como os elementos verbais e os visuais se articulam, estruturam-se e se organizam no gênero infográfico, percebendo quais são os elementos que mais contribuem para proporcionar efeitos retórico-argumentativos.

4.3 Procedimentos metodológicos e analíticos

A primeira etapa da pesquisa se deu a partir da observação de trabalhos anteriores, por meio de uma revisão sistemática no banco de dados *online* da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), que armazena dissertações e teses, para definir os contornos da problemática, com base em investigação de temas afins. Para isso, foram indicadas palavras-chave para a pesquisa como “multissemiose argumentativa” e

³⁴ A pesquisa, por ser de natureza qualitativa, não tem como dar uma resposta exata, somente fornece os primeiros indícios sobre a correlação entre quantidade de critérios técnicos e promoção dos efeitos retóricos. Nesse caso, para resultados mais específicos seria necessária uma análise quantitativa dos dados.

“infográfico”. Diante da quantidade de trabalhos encontrados, foram definidos critérios de inclusão, como: (a) a qualidade da redação do resumo; (b) a relação com o objeto de estudo que se pretende trabalhar; (c) os estudos que abarquem revistas, *blogs*, jornais digitais e impressos; (d) a relação com a área de estudo; (e) tratar, especificamente, de um gênero. Também foram definidos critérios de exclusão, como: a) não atender aos critérios de inclusão definidos; b) não se encaixar na categoria do gênero infográfico; c) estar voltado para o ensino.

No total, foram encontrados um mil quinhentos e oitenta e oito trabalhos; ao aplicar os critérios de inclusão e de exclusão, foram salvos sessenta e nove para uma leitura minuciosa, o que levou à rejeição de sessenta e seis e somente três foram selecionados por atender a todos os critérios definidos. Com esses textos, foram compostas tabelas com as informações principais das dissertações: título, autor, instituição, área, ano, objeto de estudo, problema, metodologia, referências e resultados. Essas tabelas foram de extrema importância para o trabalho, pois evidenciaram uma visão geral daquilo que já foi estudado, as temáticas que já haviam sido abordadas, os teóricos mais citados e os métodos utilizados para se chegar a tais resultados, como também, mostraram a necessidade de evidenciar nas pesquisas a inter-relação entre o gênero infográfico e a argumentação, o que ainda é muito pouco abordado.

Diante das teses e dissertações selecionadas para leitura minuciosa, seguiu-se a segunda revisão sistemática realizada, em que foram analisados os principais autores citados que se relacionam ao objeto de estudo, bem como os principais conceitos de: (a) argumentação, (b) retórica da imagem, (c) retórica e argumentação visual e (d) infográficos. Pode-se citar entre eles: Alexandre Júnior (2005), Barceló-Aspeitia (2012), Barthes (1990; 2001), Birdsell e Groarke (1996; 2007), Blair (2008), Foss (2008), Groarke (2002, 2009), Kjeldsen (2012, 2013, 2015), Lima (2015), Mateus (2016), Moraes (2013) Nascimento (2013), O’Keefe (1977), Perelman (1977), Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014) e Roque (2009, 2012, 2016). Essa revisão contribuiu para aprofundamento teórico da pesquisa, apresentando as linhas de análise, bem como os autores mais utilizados na atualidade sobre a temática. Dessa forma, desenvolveu-se a parte relativa ao caráter bibliográfico e documental da pesquisa que se constitui como uma fonte de coleta de dados secundária, a partir de literaturas e imprensa em geral, considerando os infográficos publicados na Folha de São Paulo como documentos históricos.

Com a seleção da bibliografia, foi possível perceber as várias linhas teóricas para uma análise visual, a exemplo da multimodal, a qual muitos autores utilizam como proposta teórico-metodológica, a GDV (Gramática do Designer Visual), proposta por Krees e Van

Leeuwen (2006 [1996]). Essa proposta ressalta a organização funcional de textos multissemióticos, a relação ao contexto de produção – sejam eles ideacionais, interpessoais e/ou textuais, bem como demonstra que as imagens, assim como as palavras, podem ser representacionais, por meio da aproximação entre o texto e o leitor. Contudo, apesar de ser uma teoria e uma metodologia bastante utilizada nos estudos que analisam a inter-relação entre o verbal e o visual, optou-se por usar como bases teóricas, desta pesquisa, somente aquelas que se relacionam, diretamente, à retórica e à argumentação visual.

A pesquisa em sua maior parte caracteriza-se como qualitativa, consoante a definição de Lakatos (2003), tem o objetivo explicativo e o método indutivo de investigação, pois identifica, interpreta e compreende fenômenos, além de sugerir possíveis intervenções necessárias. Entretanto, em alguns momentos, recorreu ao caráter quantitativo, após levantamento do número de infográficos encontrados nas seções dos jornais, como também, após a caracterização e a análise das pistas verbais e das pistas visuais apresentadas nos mesmos, bem como a verificação dos recursos argumentativos verbais e visuais presentes. Então, considera-se o princípio de que a pesquisa qualitativa e a quantitativa não são opostos incompatíveis, assim, optou-se pela combinação de procedimentos mistos, possibilitando o uso de diferentes estratégias de investigação (AZEVEDO, 2009).

O estudo caracteriza-se descritivo e exploratório. Descritivo, pois consente descrever com exatidão características de determinado fenômeno em detalhes, bem como perceber a relação entre os eventos, neste caso os infográficos numa perspectiva retórica dos elementos verbo-visuais. E exploratório, pois possibilita aumentar o conhecimento do pesquisador sobre os fatos, permitindo a formulação mais precisa de problemas, criar novas hipóteses e realizar novas pesquisas mais estruturadas. Nesta situação, o planejamento da pesquisa necessita ser flexível o bastante para permitir a análise dos vários aspectos relacionados com o fenômeno (OLIVEIRA, 2011).

Quanto ao procedimento, constitui uma identificação descritiva dos fenômenos da linguagem e procura compreendê-los com base nas categorias e nas relações propostas pelo nível de análise textual discursiva³⁵. Esta análise compõe um ciclo com três fases: (i) a unitarização – em que os textos são separados em unidades de significado e de análise, realizada de forma profunda e intensa; (ii) a categorização – reunião de significados semelhantes, isto é, organização de categorias que possibilitarão a compreensão do fenômeno;

³⁵ “A Análise Textual Discursiva (ATD) é uma metodologia de análise usada em programas de pós-graduação no Brasil, alcançando mais de mil citações em trabalhos de pesquisa em língua portuguesa” (SOUZA et al., 2016, p.312).

e (iii) o metatexto – que é a concretização da comunicação e enunciação da compreensão do objeto estudado, isto é, a composição de textos interpretativos (MEDEIROS; AMORIM, 2017; MORAES; GALIAZZI, 2006). Tudo isso integrado a uma perspectiva da Retórica Visual.

Segundo Kjeldsen (2015), para um estudo da argumentação visual, é necessário embasar-se em teorias da visualidade, que estudam as imagens e a sua representação, assim, fez-se um estudo retórico visual com foco na descrição de uma das três áreas, propostas por Foss (2008): a *natureza*; a *função* e a *avaliação* dos artefatos visuais apresentados no gênero. Esta análise é necessária para que se possa compreender melhor o infográfico, bem como todos os recursos multissemióticos pertencentes em sua composição; outro ponto importante é que, ao considerar o campo de estudos dos infográficos, ainda há pouca oferta que o sustente, principalmente na área da Retórica Visual, sendo indispensável recorrer a mais de uma teoria para abarcar o campo de estudo desejado. Desse modo, em consonância com Foss, a proposta de descrição é baseada na análise das técnicas argumentativas, apoiada nos conceitos da Nova Retórica, de Perelman e Olbrechts-Tyteca, tendo por finalidade verificar como o verbal e o não-verbal são organizados e como contribuem para produzir significados.

Uma vez organizados os textos, fez-se a descrição dos infográficos, a partir de aspectos linguísticos textuais mencionados anteriormente, tendo como itens analisados: a estrutura, a composição e a organização do infográfico, de acordo com as características técnicas e aspectos semióticos apresentados (tipos de letras, cor, descrição por comparação, contextualização dos textos verbais e dos visuais, imagens, sentidos, entre outros), como demonstram os critérios de análise dos quadros 2 e 3.

Os quadros 2 e 3 apresentados a seguir são propostas ou sugestões de método analítico para observação de como se estrutura, se organiza e se compõe a parte técnica de um infográfico jornalístico. A produção dos quadros, com os critérios de análise, deu-se por meio de dois procedimentos: o primeiro, a partir de uma revisão de literatura, em que foram percebidas as características presentes nas categorias adotadas no trabalho de Fogolari (2009), de acordo com os passos e os movimentos retóricos observados e analisados nos infográficos do jornal Folha de São Paulo, percebendo, assim, os principais elementos que identificam, compõem e contextualizam esse gênero no jornal; e, no segundo momento, a partir da observação nos trinta e oito infográficos selecionados na pesquisa, notaram-se os aspectos e/ou elementos verbais e os visuais mais presentes em todas as categorias. Dessa forma, unindo os aspectos verificados, na revisão da literatura e no *corpus* da pesquisa, foram construídos os quadros com a proposta metodológica que serviram de base para análise do

gênero, bem como podem servir a outros estudos, até mesmo em “ambientes” não-jornalísticos, por exemplo.

Destarte, o quadro 2 apresenta elementos que são definidos como *pistas de produção verbal* – informações relativas ao que está escrito, considerando a sua posição e o sentido proporcionado ao texto (GUIMARÃES, 2004).

Quadro 2 – Critérios de análise para pistas de produção verbal

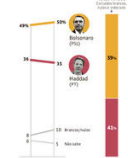
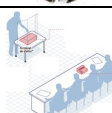
PISTAS DE PRODUÇÃO VERBAL	
Critério de análise	Definição
Apresenta título	Expressão usada no início do texto para indicar o assunto. De acordo com Leturia (1998), deve ser direto e, de preferência, sintético.
Apresenta subtítulo	É um título secundário que complementa o principal.
Apresenta texto explicativo curto	Explicação breve que provê ao leitor compreensão necessária sobre o assunto tratado no texto (LETURIA, 1998).
Crédito de autores	O crédito aponta para o autor ou autores do infográfico, tanto da configuração quanto da pesquisa (LETURIA, 1998).
Apresenta texto âncora	Matéria jornalística que apresenta informações escritas e acompanha o infográfico, auxiliando na interpretação e compreensão dos sentidos estabelecidos.
Mudança no tamanho da fonte	Variação (aumento ou diminuição) no padrão dos caracteres tipográficos no corpo do texto.
Mudança na cor da fonte	Variação de cores no padrão dos caracteres tipográficos no corpo do texto.
Legenda	Texto curto e sintético que acompanha uma imagem, gravura, cor, entre outros elementos.
O texto escrito está dentro da ilustração	O texto se torne uma parte dinâmica do infográfico, como ocorre nos quadrinhos (com "balões virtuais"). Isso faz desnecessário um texto jornalístico explicativo separado (COLLE, 2004).
O texto escrito está fora da ilustração	Textos ou expressões posicionados fora do seu próprio quadro ou dos ícones ilustrativos, como uma nota jornalística (COLLE, 2004).
Leitura linear	“Estratégia de leitura de um texto tradicional, no qual apenas se consegue obter a visão do todo após a leitura de todas as partes” (LIMA, 2015, p.118).
Leitura não-linear	Possibilita o leitor escolher uma tática de leitura particular, isto é, elege a forma como desenvolverá sua leitura, se primeiro a imagem ou texto verbal (LIMA, 2015).
Mantém contato com o leitor	Palavras e/ou expressões no texto que mantêm contato direto e interação com o leitor, como, por exemplo, verbos no imperativo que indicam uma ordem, conselho, etc.
Texto explicativo	Apresenta ao leitor instruções/ explicações acerca de um determinado procedimento.

Texto comparativo	Texto com caráter comparativo que aproxima elementos de universos diferentes.
Texto descritivo	Apresenta a descrição pormenorizada de algo ou alguém, pode ser mais objetiva ou mais subjetiva, focando apenas aspectos mais importantes ou também detalhes específicos ³⁶ .
Apresenta Fonte	A fonte indica de onde as informações apresentadas no infográfico foram obtidas. A fonte e o crédito estão localizados em um local que não distrai a atenção do leitor (LETURIA, 1998).

Fonte: União entre os dados apresentados por Fogolari (2009) e elementos verbais do *corpus* da pesquisa.

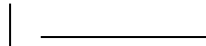
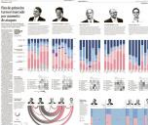
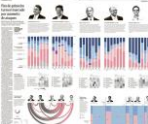
O quadro 3 apresenta os elementos definidos como *pistas de produção visual* – informações relativas a tudo que não é verbal, isto é, a imagens, a cores, aos símbolos, às figuras, aos pictogramas, entre outros dados que contribuam para o processo de leitura, compreensão e adesão do leitor.

Quadro 3 - Critérios de análise para pistas de produção visual

PISTAS DE PRODUÇÃO VISUAL		
Critério de análise	Exemplo	Definição
Apresenta gráfico		Representação gráfica cuja estrutura serve para apresentar (e comparar) quantidades (LIMA, 2015).
Apresenta mapa		Representa, metaforicamente, uma disposição física de superfície geográfica ou com dados numéricos e estatísticos (LIMA, 2015).
Apresenta foto		Imagem obtida por processo fotográfico.
Apresenta Gravura		Uma linguagem visual obtida por meio da impressão de uma matriz, na qual um desenho é gravado.
Apresenta Pictograma		Representação pictórica que procura simular objetos físicos.
Apresenta cores		A cor é apenas uma reflexão da luz de um objeto que chega aos olhos, sendo decodificada no cérebro. ³⁷

³⁶ Disponível em: <https://www.normaculta.com.br/tipos-de-texto/> Acesso em: 30 set. 2020.

³⁷ Disponível em: <https://conhecimentocientifico.r7.com/cor/>. Acesso em: 30 set. 2020.

Apresenta ícones		“O ícone corresponde à classe de signos cujo fundamento do signo mantém uma relação de analogia com aquilo que representa, isto é, com seu objeto” (MELO; MELO, 2015, p.43).
Apresenta Setas		Sinal gráfico em formato de flecha que indica uma direção.
Apresenta linhas		Sinal gráfico utilizado para separar elementos de maneira vertical ou horizontal.
Apresenta conectores		Sinal gráfico utilizado como canal de conexão entre elementos.
Apresenta eixo vertical		Texto estruturado em uma linha reta imaginária cuja direção segue a força da gravidade perpendicular ao plano horizontal.
Apresenta eixo horizontal		Texto estruturado em uma linha reta imaginária cuja direção é paralela ao horizonte terrestre, isto é, perpendicular ao plano vertical.
Compõe página única		Texto estruturado em uma face da folha de papel.
Compõe página dupla		Texto estruturado em duas faces da folha de papel.
Apresenta Números ³⁸		Representação gráfica com função de descrever uma ordem.
Apresenta escala		A escala é utilizada em mapas para representar as dimensões do objeto no real e a fonte.

Fonte: União entre os dados apresentados por Fogolari (2009) e elementos visuais do *corpus* da pesquisa.

De acordo com o que foi exposto nos critérios acima, foi estudado, de forma específica e em folhas individuais impressas, cada infográfico selecionado na pesquisa, observando todos os itens dos quadros. Para isso, a analista abriu na tela do computador um infográfico por vez em formato JPEG, e, nas folhas individuais impressas, marcava um “x” nos critérios composicionais constituintes, sendo necessário, em alguns momentos, ampliar a imagem para melhor visualização.

Este estudo serviu para definir a seleção final dos infográficos a serem analisados – de maneira minuciosa, detalhada e criteriosa – observando todos os elementos técnicos que contribuirão (ou não) para os aspectos argumentativos presentes no gênero. Assim, foram

³⁸ “Números são entidades abstratas e intimamente relacionadas à linguagem e à nossa interação com o mundo. Tanto a aritmética como os outros campos da matemática envolvem várias bases cognitivas” (MATOS, 2018, p.38). Entretanto, nesse estudo, os números estão sendo analisados como elementos gráficos representativos que podem indicar ordem na leitura do gênero infográfico.

construídos dois gráficos³⁹: no gráfico 1, é demonstrada a quantidade de aspectos mais presentes nos infográficos, no que se refere às pistas de produção verbal; e no gráfico 2, a quantidade de elementos mais presentes nos infográficos que estão relacionados às pistas de produção visual.

Desse modo, o primeiro critério estabelecido para a seleção do infográfico seria aquele que contivesse todos os elementos dos quadros – este seria considerado o infográfico totalmente completo, em se tratando de elementos técnicos. De acordo com o estudo, não há infográfico que contemple todos os critérios estabelecidos no gráfico no período determinado, então este foi descartado. O segundo ponto seria o infográfico que possuísse o maior número de critérios dos quadros de análise, sendo assim, dos trinta e três critérios propostos, tem-se o infográfico “Reforma tributária: um imposto único sobre o consumo” com dezenove critérios. E o terceiro e último ponto para escolha do infográfico seria aquele que contemplasse o menor número de itens dos quadros de análise, logo, dos trinta e três critérios, o infográfico “Eleição terá número recorde de vices mulheres” contemplou somente quatorze. Assim, há esses dois infográficos – o de maior número e o de menor número de critérios – que seguem analisados na seção seguinte, primeiro de maneira individual e, em seguida, uma comparação entre os dois para observação da influência técnica no processo retórico-argumentativo do gênero. Além disso, decidiu-se por permanecer com o exercício de análise realizado para a banca de qualificação – o infográfico “A máquina de votar”, pois poderá ser comparado e analisado com os demais, observando os aspectos técnicos e argumentativos presentes.

Os infográficos foram impressos pela pesquisadora, destacando com lápis e caneta os pontos de maior destaque que seriam utilizados para a análise, isto é, realização do processo de unitarização dos elementos – ao retomar os elementos técnicos composicionais verbais e visuais presentes; a categorização geral e a categorização específica do gênero; bem como, os recursos e técnicas argumentativas utilizadas para a defesa da tese e para elaboração das justificativas apresentadas. Logo, todos esses pontos serviram como fontes para produção do metatexto⁴⁰.

Por fim, no sentido geral e restritivo, a descrição ocorreu a partir da análise: (1) global do assunto tratado; (2) caracterização da categoria do infográfico apresentado; (3) da figura central e periférica; (4) das unidades informacionais; (5) dos critérios de análise dos quadros 2

³⁹ Disponíveis em anexo.

⁴⁰ Esse modelo de análise pode gerar uma discussão: há impactos na leitura quando se utiliza mídias diferentes? Esse questionamento surge, por mais uma limitação da pesquisadora, que se sente bem mais à vontade em realizar leituras no papel impresso que na mídia digital. Isso retoma um questão cultural e histórica de como foi o seu processo de formação enquanto leitora e que pode gerar discussões posteriores.

e 3; (6) das técnicas argumentativas. Todos esses itens estão intimamente relacionados a propósitos e a recursos argumentativos, cujo desvelamento é buscado pela pesquisa.

5 ANÁLISE DOS DADOS

A presente seção contempla a análise dos dados e a apresentação dos resultados desta pesquisa. Inicialmente apresenta um “exercício” de análise – por ter sido a primeira realizada minuciosamente – com o infográfico “A máquina de votar”, é exposta a organização do texto, o objetivo de ser criado, a especificação de sua categorização, os elementos verbais e os visuais, bem como as técnicas argumentativas utilizadas. Esta serviu de base para as demais análises.

Em seguida, apresenta-se a descrição interpretativa dos dois infográficos selecionados: o que apresentou o maior número de pistas verbais e visuais estabelecidas nos quadros de critérios – o infográfico “Reforma tributária: um imposto único sobre o consumo”; e o que apresentou o menor número de critérios – o infográfico “Eleição terá número recorde de vices mulheres”. A análise é realizada por meio da discussão sobre o assunto tratado, a descrição das pistas verbais e visuais presentes, a caracterização da tipologia do gênero e as técnicas argumentativas presentes.

No decorrer do texto são realizadas observações sobre a influência da estrutura técnica no processo retórico-argumentativo do gênero, com o propósito de perceber se há de fato possibilidades argumentativas no gênero e como os recursos verbo-visuais desempenham papéis e valores argumentativos.

5.1 Infográfico “A máquina de votar”

Ao analisar o infográfico, é perceptível a composição de quinze critérios dos trinta e três estabelecidos nos quadros de análise. O primeiro critério percebido é a apresentação de um título sintético que define o assunto tratado – o equipamento utilizado na eleição, a urna eletrônica – e, ainda, possui uma relação discursiva com a notícia que o acompanha, intitulada “Urna eletrônica chega à 12ª eleição no país sob ataque inédito”.

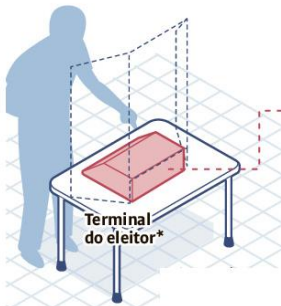
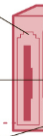
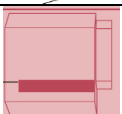
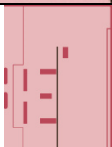
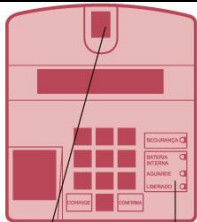
Na notícia, a urna eletrônica é apresentada com o recebimento de um “ataque” nunca ocorrido na história das eleições, devido à questão levantada pelo, então, candidato à Presidência da República, Jair Bolsonaro, que argumenta em prol da possibilidade de fraude no aparato tecnológico utilizado nas eleições; enquanto isso, o TSE (Tribunal Superior Eleitoral) demonstra sua posição defensiva, garantindo a segurança do sistema. Logo, o que era para ser uma simples competição entre candidatos, torna-se uma luta da própria urna em ganhar “votos” de confiança para si mesma.

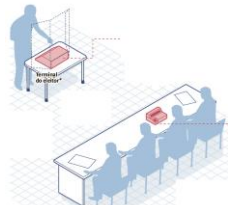
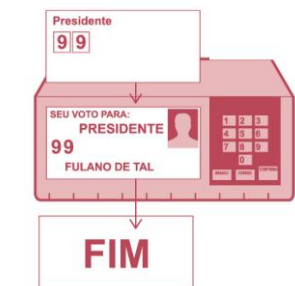
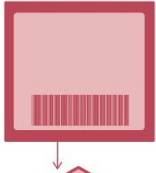
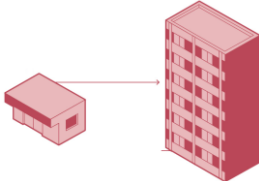
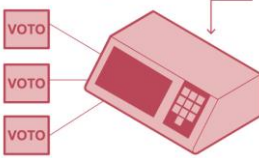
Desse modo, as provocações estabelecidas são: a urna eletrônica é segura? Há possibilidade de fraude no sistema eleitoral? Não seria melhor o retorno ao voto impresso? Por meio desses questionamentos, o candidato, seus apoiadores e especialistas em segurança digital alegam que a impressão do voto seria uma forma de garantir transparência às eleições, pois poderia comparar a impressão com os votos computados nas urnas – essa foi uma medida proposta na emenda parlamentar do candidato na Reforma da Legislação, e suspensa nas eleições de 2018 pelo STF (Superior Tribunal Federal).

O TSE, por outro lado, argumenta que a impressão do voto tornaria a eleição mais vulnerável e propícia à fraude e reafirma a segurança do equipamento e do sistema, por meio dos seguintes fatores: (i) em vinte e dois anos nunca ocorreu fraude; (ii) há barreiras de proteção proporcionadas pela biometria, criptografia e, principalmente, devido ao sistema não estar conectado à internet; (iii) além disso, desde o ano de 2009, o TSE junto aos profissionais de segurança tentam detectar eventuais defeitos no sistema, mediante processo de TPS (Testes Públicos de Segurança). Com isso, pode-se perceber que o texto “âncora” possui uma íntima relação com o contexto de produção do infográfico, pois a ideia é demonstrar a controvérsia estabelecida sobre a confiabilidade e a segurança da urna, e a possível causa de dano moral à utilização do equipamento, proporcionando, assim, uma questão a ser discutida.

O infográfico *A máquina de votar* foi produzido após o resultado do primeiro turno das eleições, ocorrido em sete de outubro de dois mil e dezoito, para a escolha dos representantes do legislativo e executivo, levando ao segundo turno os dois candidatos com o maior número de votos. Entretanto, antes mesmo das eleições já havia percorrido por todo o país, por meio das redes sociais e dos noticiários, o questionamento da legibilidade do resultado das eleições e a falta de segurança no sistema eleitoral. Durante meses, o TSE garantiu que o sistema é protegido contra eventuais ataques e tentativas de manipulação e/ou alteração dos resultados da eleição. Esses ataques à urna ocorreram com a exposição de um vídeo lançado por um dos candidatos à Presidência, incitando a possibilidade de haver uma falha eletrônica no sistema e ser invadido por *hackers* que poderiam manipular os resultados. Dessa forma, o infográfico tem por objetivo primordial descrever e explicar como ocorre o funcionamento e o processamento da urna no período eleitoral, apresentando elementos argumentativos que podem servir de meio para convencer o auditório de que é um instrumento tecnológico seguro e confiável (Figura 17).

Quadro 4 – Transcrição do infográfico “A máquina de votar”

Transcrição do infográfico - A máquina de votar	
Elementos visuais	Transcrição verbal
	Terminal do eleitor* Dispositivo é um computador voltado especificamente para a eleição. A parte física (o computador em si) é construído por empresa especializada seguindo projeto do Tribunal. O sistema da urna eletrônica é desenvolvido pelo próprio TSE. Ele é o único que funciona nessa máquina e não funciona fora dela.
	Memória de resultado Dispositivo parecido com um pendrive. Grava os votos.
	Impressora Emite a zerésima e o boletim de urna.
	Memória flash Por segurança, resultados também são gravados em um cartão flash, parecido com o usado em câmeras digitais.
	Saída de áudio Para auxiliar eleitores deficientes visuais, que podem escutar as informações.
	Portas USB Também por segurança, dados podem ser salvos em pendrives.
	Bateria interna Ativada em caso de falta de energia elétrica. Tem duração de até 13h.
	Bateria externa Com duração de até 13h, é opção caso a bateria interna acabe.
	Leitor biométrico Escaneia a impressão digital para confirmar identidade do eleitor. Equipamento usado para confirmar a identidade do eleitor e comandar a impressão dos boletins de votação.
	Luzes de led Indicam o status da urna (liberado, aguarde, bateria interna).

	*Ilustração mostra modelos de urnas feitas antes de 2011, que usavam uma chave para ligar, correspondentes a 70% dos que serão usados no pleito. Versões mais recentes usam botão liga/desliga.
Como votar 	Como votar A tela exibirá para qual cargo será o voto. Usando o teclado da urna, que é similar ao de um telefone, digite o número do candidato. Aparecerão as informações do candidato ou indicação de voto em branco ou nulo. Se estiver tudo certo, aperte “confirma” e a urna emitirá um rápido sinal sonoro. Se não aparecerem as informações corretas, aperte o botão “corrige” para repetir o procedimento. Após o registro do voto de presidente, a urna emitirá um sinal sonoro prolongado e aparecerá na tela a palavra FIM.
O que ocorre no sistema depois 	O que ocorre no sistema depois Após a confirmação, os votos são guardados de forma embaralhada, para dificultar uma identificação de quem votou em quem. Com o fim da votação, os dados são criptografados e armazenados em um cartão, enviado para uma junta eleitoral.
	Informação é transmitida para o TRE por uma rede exclusiva da Justiça Eleitoral. Em alguns locais, a transmissão pode ser feita por satélite.
	Segurança: usando a chamada “assinatura digital”, o TRE verifica se os dados vieram mesmo da urna de onde os dados dizem ter saído. Os dados então são descriptografados e contabilizados.

Fonte: Do próprio autor.

A categorização pode ser definida, no sentido mais amplo, como *Infográfico de explicação* por desenvolver explicações sobre determinados fatos e processos. Neste caso, explica tecnicamente todos os elementos que compõem e estruturam a urna, como processa o sistema de informações e como estas são transmitidas aos demais setores responsáveis.

De modo mais específico, é caracterizado como um infográfico de *Primeiro nível* – encontrado em jornais, revistas e *sites* – modelo considerado um dos mais “completos”, na definição prevista por Colle (2004), pois é composto por diversos recursos semióticos; apresenta título; o texto verbal está localizado no exterior da imagem; há representação

imagética; e apresenta uma matéria ou notícia sobre os fatos. Todas essas características são percebidas no infográfico em análise, entretanto neste estudo a ideia de completude não é suficiente, pois, de acordo com os critérios de análise, o infográfico apresenta, somente, as seguintes pistas: (a) título; (b) texto explicativo; (c) mudança no tamanho da fonte; (d) texto escrito fora dos elementos ilustrativos, mas dentro do quadro “retangular”; (e) leitura linear; (f) contato com o leitor, por meio da utilização de verbos no imperativo; (g) texto explicativo e descritivo; (h) gravuras, cores, setas, conectores; e (i) estrutura em eixo vertical.

O infográfico apresentado é de explicação e, ao mesmo tempo, possui características descritivas, organizado em eixo vertical e dividido em três etapas: a primeira, com a apresentação detalhada da urna eletrônica e a simulação do espaço físico da eleição, a urna é realçada pela cor vermelha; os mesários e o eleitor que participam do processo eleitoral na cor azul – com menor destaque. A segunda etapa explica como ocorre o procedimento realizado pelo eleitor no momento da votação e quais informações aparecem na urna após percorrer cada etapa. Estas ações são explicadas com a utilização dos verbos no modo indicativo – exprimindo fatos e certezas – entretanto, aparece uma tentativa indireta de contato com o leitor, pois de forma repetida o verbo “aperte” e, em seguida, o verbo “digite” são apresentados, indicando uma ordem ou sugestão a ser seguida pelo leitor; outras expressões com a mesma função são as que aparecem no leitor biométrico, ao orientar os mesários sobre o status do eleitor no momento da votação, com as expressões “liberado” e “aguarde”. Por fim, a última etapa apresenta o que ocorre no sistema desde o fim da votação até chegar ao final da eleição.

O texto multimodal, ligado às gravuras pelos conectores, serve para descrever e explicar todos os processos, bem como reafirmar os argumentos utilizados em defesa da confiabilidade da urna; já as setas emitem o trajeto de leitura a ser percorrido – esses componentes são de grande valia para o entendimento dos elementos argumentativos que serão apresentados.

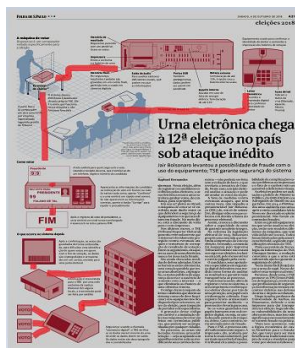
Inicialmente, para se chegar ao objetivo indicado por este infográfico, o orador pressupõe que o auditório possua um conhecimento prévio do assunto a que ele se destina, devido aos diversos debates nos veículos de comunicação, o leitor presume que a intenção é tratar do fato relacionado ao funcionamento da urna eletrônica e a sua utilização na eleição (caracterizando, assim, uma validade). Então, nesse contexto, o ponto de partida da argumentação se dá com um acordo sobre o real, mediante esse acordo, é possível estabelecer

um raciocínio entimemático, a partir da tese⁴³ – a urna eletrônica é um dispositivo seguro e confiável utilizado, exclusivamente, nas eleições. E suas justificações (I) na medida em que são “manipuladas” por humanos (TSE, mesários e eleitores) possui um sistema interno que só funciona na própria máquina; (II) o eleitor é reconhecido biometricamente; e (III) os dados são criptografados, o que dificulta uma possível identificação.

As proposições são percebidas nas relações entre o visual e o verbal, como, por exemplo, ao acompanhar a simulação na sala de votação, na qual os mesários não estabelecem contato direto com o leitor biométrico, com o eleitor, com a urna eletrônica, nem com os demais elementos da mesa – que, por sinal, está praticamente vazia –, somente com os cadernos de votação que identificam os eleitores da seção; e o eleitor, por sua vez, é apresentado sozinho na cabine de votação, distante dos mesários, aparentemente digita o número do seu candidato. A conclusão a que se chega é que há pessoas participantes do processo, mas apresentadas em segundo plano no infográfico, visto que a urna é o elemento principal, apresentada na cor vermelha e com descrição detalhada do seu funcionamento.

É possível perceber o efeito de presença por meio das ligações entre as gravuras, as setas e os conectores, todos na mesma cor (vermelha), que tem por objetivo direcionar, de modo intencional, o olhar do leitor. Esse movimento proporciona uma linearidade na leitura e é percebido com frequência onde o orador deseja centralizar a atenção, como, por exemplo, na sequência que parte da urna, perpassa pelo equipamento que confirma a identidade do eleitor, pelo código de barra, pelo processo de transmissão até chegar ao prédio do TRE, como mostra a figura 18.

Figura 18 – Ligações destacadas entre gravuras, setas e conectores



Fonte: Jornal Folha de São Paulo, 06 out. 2018, com destaques do próprio autor.

Nesse contexto, a figura de presença é representada pela amplificação que desenvolve o assunto a partir de uma enumeração das imagens. Essa enumeração inicia-se na sala de votação, perpassa por diversas etapas e chega ao prédio do TRE, confirmada pela descrição

⁴³ É importante deixar claro que as teses são construídas de forma hipotética pela pesquisadora.

verbal que acompanha as imagens – em que os elementos internos e externos da urna são apresentados. Outro fator que confirma essa ideia é o uso dos verbos no futuro – “exibirá”, “aparecerão” e “emitirá” e o uso das expressões “após” e “com o fim da votação”, que complementam e sugerem essa sequência, além de indicar as próximas ações. Portanto, toda argumentação supõe uma escolha, seja na seleção das imagens, na preferência das cores, no modo como são organizados e apresentados os recursos verbo-visuais.

Há algumas expressões verbais que contribuem para a defesa do uso exclusivo da urna eletrônica na eleição e na garantia da sua confiabilidade, como, por exemplo, “o computador em si é construído por empresa *especializada*”; “o sistema [...] é desenvolvido pelo próprio TSE” e a rede é “*exclusiva da Justiça Eleitoral*”. Entretanto, percebem-se em momentos oportunos as expressões que proporcionam ambiguidades ao leitor sobre a confiabilidade da urna, principalmente nos trechos em que “por segurança” se repete: “*Por segurança*, resultados também são gravados em um cartão flash”; e “*Também por segurança*, dados podem ser salvos em pendrives”. Se a urna é realmente segura, por que necessitaria de tantos cuidados com a garantia dos dados que nela ficam salvos?

Outra expressão que merece destaque relaciona-se à duração da bateria interna, que funciona até 13h após a falta de energia. Isso indica o surgimento de novos questionamentos: depois desse período em uso, a urna para de funcionar? Se a energia não retomar, é possível confiar nos resultados emitidos pela urna? E, apesar de apresentar tantas justificativas para a sua confiabilidade, ainda há recursos que são utilizados para fortalecer a confiança, então, a urna não seria totalmente segura? Ou esse fator demonstra mais uma justificativa para a confiabilidade na máquina? São algumas questões que surgem no decorrer da leitura e que servem de reflexão.

Ao retomar a defesa à tese apresentada, o auditório é instigado a um juízo de valor, ao apontar um argumento pragmático – “uma simples pesagem de alguma coisa por meio de suas consequências” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p.305-306), visto que se trata do TSE – uma organização responsável e confiável – que em caso de uma ação falha no sistema prejudicaria a população por quatro anos e reduziria a credibilidade que se tem em qualquer outro processo eleitoral. O julgamento de valor é reforçado por uma ligação de coexistência entre a pessoa (neste caso, o TSE) e os seus atos (o processo eleitoral) por unir duas realidades desiguais. Essa ligação pode proporcionar força à tese que se defende – o dispositivo é seguro e exclusivo por ser utilizado por instituição de *confiabilidade e importância*.

Por fim, pode-se refletir que o infográfico constrói uma presunção de que dadas as características da urna: (a) equipamento utilizado com um único objetivo – as eleições; (b) equipamento construído por empresa especializada seguindo projeto do Tribunal; (c) possui um sistema interno que só funciona na própria máquina e não funciona fora dela; (d) nunca ocorreu fraude em seu tempo de uso; (e) há barreiras de proteção dos dados, como: biometria, criptografia e não conexão à internet; bem como dados os procedimentos utilizados: (a) reconhecimento biométrico; (b) confirmação do número do candidato, podendo ser corrigido, caso não apareça a foto; (c) os dados são guardados de forma embaralhada e criptografada para dificultar uma identificação; (d) as informações são transmitidas por uma rede exclusiva da Justiça Eleitoral, pode-se concluir que o uso da urna eletrônica é presumivelmente segura e confiável, até que se prove o contrário.

Em síntese, pode-se declarar que o gênero em análise defende a perspectiva de que a urna eletrônica é presumivelmente um instrumento tecnológico utilizado de modo restrito nas eleições e possui sistema e fontes confiáveis de produção, desempenho e resultado. Se no infográfico prevalece essa tomada de posição e declara o seu ponto de vista sobre o tratado, em um contexto de ideias divergentes e que se questionou a confiabilidade ou não do instrumento utilizado, pode-se confirmar que nesse discurso há argumentação (AMOSSY, 2018).

Nesse contexto, observa-se o resultado de um discurso construído pelo uso de estratégias compostas por recursos visuais e verbais, apresentados de maneira clara e objetiva, com o objetivo de convencer o leitor sobre a ideia que foi defendida. Para isso, o orador valeu-se de certa “objetividade”, ao utilizar figuras e demais elementos retóricos, para legitimar o discurso e validar o seu ponto de vista (GRÁCIO, 2019).

Desse modo, pode-se dizer, em um primeiro momento, que o discurso apresentado no infográfico é inerentemente constituído por uma *dimensão argumentativa*, pois há duas opções previstas – a urna eletrônica pode ou não ser fraudada no processo eleitoral – que estão diretamente ligadas a um caráter persuasivo. Entretanto, pode-se refletir se não haveria, neste caso, uma *visada argumentativa*, pois o orador, ao construir a ação comunicativa, já tinha a intenção de promover o ponto de vista que por ele é defendido, isto é, apresentou de forma consciente a ideia de que a máquina de votar é constituída por elementos seguros, já que não é utilizada com nenhum outro propósito, a não ser na votação.

Como foi dito, todo viés proporcionado pelo orador depende de uma escolha, seja na seleção de incluir elementos que serão visualizados pelo auditório, ou na omissão de determinados elementos (MARTINS; EMANUEL, 2015). Contribui, assim, para uma

construção de técnicas retóricas de persuasão e de convencimento do auditório ao ponto de vista do orador e, por mais “neutra” que possa ser a matéria, possui um viés que leva o leitor a determinada direção. Isso ocorre por meio da exposição de diversos elementos linguísticos e semióticos – selecionados criteriosamente – com a expectativa de convencer e persuadir o maior número de leitores.

5.2 Infográfico “Eleição terá número recorde de vices mulheres”

O Infográfico (figura 19) possui, de acordo com os quadros de análise das pistas verbais e das pistas visuais, o menor número de critérios analisados, somente quatorze. Dentre eles, estão: (1) título – “Eleição terá número recorde de vices mulheres”, percebe-se que este é mais extenso que o do infográfico analisado anteriormente, seria pela pretensão e/ou intencionalidade de determinar aspectos quantitativos, principalmente pela presença da expressão “número”, que reforça a ideia; (2) um texto âncora que contextualiza melhor o leitor para o entendimento do infográfico; (3) mudanças no tamanho da fonte; (4) expõe legenda; (5) o texto verbal, que muito pouco aparece, está localizado fora dos aspectos ilustrativos, somente utilizado para descrever e estabelecer comparações; (6) possui leitura linear, por meio de uma “linha do tempo” estabelecida pelos anos apresentados; (7) apresenta gráfico, pictograma e as cores permanecem as mesmas do infográfico anterior – vermelho e azul; (8) é exposto em linha vertical e em página única.

O texto âncora, intitulado “Com cota fixa em fundo eleitoral⁴⁴, eleição tem maior número de vices mulheres”, merece destaque, pois dá um suporte muito agregador ao sentido persuasivo do infográfico. No primeiro momento, destaca-se o tópico⁴⁵ – o que veio em primeiro plano – neste caso, a ideia de que a cota fixa do fundo eleitoral é o que pode justificar o crescimento do número de mulheres como vices nas eleições de 2018. Foi a primeira vez que as mulheres tiveram uma cota de recursos destinada à campanha do fundo eleitoral, isso significa dizer que 30% das candidaturas deveriam ser de mulheres para que o financiamento fosse liberado. Apesar de garantir uma maior participação, não há definições claras de como o dinheiro seria usado pelos partidos, causando várias discussões e várias controvérsias, entretanto defendiam que as candidaturas representadas por mulheres não tinham a ver com o fundo eleitoral, mas com o desejo de promover cada vez mais a

⁴⁴ Fundo destinado ao financiamento das campanhas eleitorais.

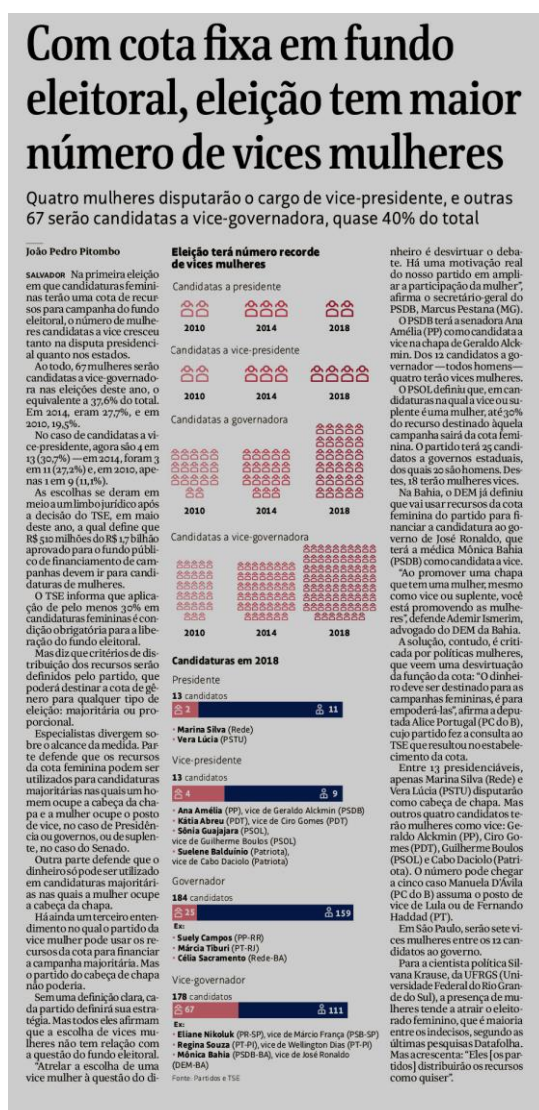
⁴⁵ “[...] o tópico, isto é, o tema, que será comentado, é marcado pelo alçamento desse constituinte para o início da frase” (FIORIN, 2018, p.27-28).

participação política desse gênero. Em contrapartida, para muitas candidatas, só haveria um efetivo empoderamento se o dinheiro fosse destinado exclusivamente a campanhas femininas, pois, ao utilizar com outros propósitos, estaria desvirtuando a principal função da cota.

Diante dessas controvérsias, a questão que desperta a discussão é: o número de mulheres nas eleições 2018 sofreu um aumento recorde devido ao despertar da consciência política da representatividade feminina ou a disponibilização da cota do fundo partidário acarretou este aumento? Assim, pode-se dizer que a criação do infográfico se deu para demonstrar de forma clara e direta o processo de crescimento e da atuação das mulheres no setor político, e perceber que o objetivo da criação da cota do fundo eleitoral, em 2017, foi atingido logo no primeiro ano de atuação.

Abaixo é apresentada a figura 19 com o infográfico “Eleição terá número recorde de vices mulheres”.

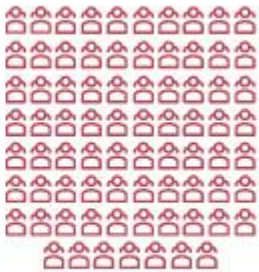
Figura 19 – Eleição tem número recorde de vices mulheres



Fonte: Jornal Folha de São Paulo, 08 ago. 2018.

No quadro 5, apresenta-se a transcrição do infográfico em análise para melhor visualização do texto verbal.

Quadro 5 – Transcrição do infográfico "Eleição terá número recorde de mulheres"

TRANSCRIÇÃO DO INFOGRÁFICO			
Eleição terá número recorde de vices mulheres			
 2010  2014  2018			Candidatas a presidente
 2010  2014  2018			Candidatas a vice-presidente
 2010  2014  2018			Candidatas a governadora
 2010  2014  2018			Candidatas a vice-governadora
Candidaturas em 2018			
 2  11			Presidente 13 candidatos ▪ Marina Silva (Rede) ▪ Vera Lúcia (PSTU)
 4  9			Vice-Presidente 13 candidatos ▪ Ana Amélia (PP), vice de Geraldo Alckmin (PSDB) ▪ Kátia Abreu (PDT), vice de Ciro Gomes (PDT) ▪ Sônia Guajajara (PSOL), vice de Guilherme Boulos ▪ Suelene Balduino (Patriota), vice de Cabo Daciolo (Patriota)

	Governador 184 candidatos Ex.: ▪ Suely Campos (PP-RR) ▪ Márcia Tiburi (PT-RJ) ▪ Célia Sacramento (Rede-BA)
	Vice-governador 178 candidatos Ex.: ▪ Eliane Nikoluk (PR-SP), vice de Márcio França (PSB-SP) ▪ Regina Souza (PT-PI), vice de Wellington Dias (PT-PI) ▪ Mônica Bahia (PSDB-BA), vice de José Ronaldo (DEM-BA)

Fonte: Elaborado pelo autor, com base nos dados fornecidos pelos partidos e pelo TSE ao jornal Folha de São Paulo.

De modo geral, o infográfico pode ser categorizado como de exposição de dados estatísticos, pois, como o próprio nome já expressa, expõe informações e tem como base dados numéricos sobre assuntos do cotidiano – neste caso, a demonstração do número de mulheres que concorreram às eleições em 2018. No modelo tipológico de Colle (2004), este infográfico é caracterizado como *diagramático*, pois apresenta elementos visuais básicos da representação matemática – gráficos e pictogramas. Neste modelo tipológico, não é perceptível um número extenso de texto verbal e o pouco que está presente refere-se à apresentação do título e a legenda explica partes do gráfico, a nomeação dos pictogramas (candidatas a presidente, a vice-presidente, a governadora e a vice-governadora) e descrição dos dados (ano de referência, quantidade de candidatas, nomes de algumas das candidatas e nomes dos partidos).

A visualização das informações é apresentada de modo misto (NASCIMENTO, 2014), isto é, há informações dispostas em gráficos de barras, comparando a quantidade de mulheres e homens que estão concorrendo a determinado cargo e a representação gráfica pictórica das mulheres com o avanço no passar dos anos eleitorais. Os modos como os dados são apresentados, sejam por gráfico ou por pictogramas, servem para complementar um ao outro, bem como demonstrar com precisão o dado estatístico que está em questão, visto que os pictogramas das mulheres fornecem ao leitor uma representação da sua classe.

O infográfico em análise é um texto descritivo e, ao mesmo tempo, possui características comparativas, organizado em eixo vertical, em folha única e dividido em duas

etapas: a primeira, formada pela representação pictográfica das mulheres candidatas (na cor vermelha) – a presidente, a vice-presidente, a governadora e a vice-governadora, ao comparar o número de participantes nas eleições de 2010, de 2014 e de 2018, apresenta-se, na maioria dos casos, o avanço do número a cada quatro anos. Na segunda parte, há um foco maior nas candidaturas de 2018, através da exposição numérica do total de concorrentes nas eleições, com o acompanhamento de informações verbais e exposição de gráficos com a representação do número de mulheres e de homens que são candidatos – essa representação é visualizada da seguinte forma: mulheres em vermelho e homens em azul.

No primeiro momento, o uso das cores poderia ser desconsiderado, pois estas são características do “padrão” ou do “estilo” do jornal no *corpus* analisado, já que a maioria apresenta as cores azul, vermelho e cinza, logo não teria valor retórico. Entretanto, pode-se atribuir à cor um valor tradicional da sociedade: vermelho – para representação das mulheres, e azul – para a representação dos homens, faz-se a atribuição de um senso comum e que retoma a ideia da *doxa*, visto que o orador faz uma escolha ao selecionar cores que podem impactar o público, sendo bem mais fácil de ser interpretado. Nessa perspectiva, o orador, consciente ou não da sua escolha, proporciona uma simbologia com valor de “verdade” que atinge auditórios heterogêneos de forma concisa e eficaz, pois, ao observar os pictogramas na cor vermelha, imediatamente, o auditório fará referência às mulheres e o gráfico na cor azul, aos homens. Caso o orador não quisesse provocar este efeito, poderia ter utilizada a troca das cores, o que não foi feito.

Nesse contexto, para se atingir ao objetivo indicado para a exposição desse infográfico, o orador implica que o auditório possua uma ideia prévia do assunto discutido. O auditório presume que o intuito é demonstrar o aumento de mulheres na concorrência a cargos políticos, sejam eles federais ou estaduais. Logo, há um acordo prévio, por meio do fato de que há, realmente, um maior número de mulheres candidatas a cargos presidenciais e governamentais nas eleições de 2018, mas pode questionar se o avanço é natural ou por conta do fundo eleitoral. Por intermédio desse acordo, é aceitável constituir um raciocínio entimemático, a partir da tese de que há um crescente número da participação da mulher na política nos últimos anos. E suas justificações: (I) apesar da quantidade de mulheres candidatas a presidência em 2018 ter sido reduzida, no geral, houve um aumento significativo nas demais categorias (vice-presidente; governadora; e vice-governadora); (II) de 2010 a 2014 houve avanço, mas não tão notório quanto o número de participação em 2018; (III) de acordo com o texto âncora, o número de mulheres na política avançou, devido à cota fixa do fundo

eleitoral; (IV) mesmo o número de candidatos homens ser acima dos 50%, percebe-se um grande avanço da integração feminina neste campo.

Essas proposições são percebidas nas relações entre os elementos verbais e os visuais do infográfico, bem como na relação com o texto âncora que o acompanha. Desse modo, o ponto de maior destaque é o lugar do preferível, referente à quantidade, isto é, por razões quantitativas se determina que quanto maior o número de mulheres participantes de uma disputa a cargos majoritariamente exercidos por homens, melhor será para democratização da participação e exercício da cidadania.

A ideia de quantidade é reforçada pela apresentação da figura de repetição, provocando um efeito de presença que mantém na consciência do leitor o assunto tratado, de modo a ampliar a impressão de que mais mulheres estão presentes nas campanhas e disputas políticas. Isso ocorre por meio das muitas unidades de pictogramas distribuídos em grupos, de acordo com o ano de referência, e os gráficos – utilizados com o mesmo objetivo. Conclui-se “que diferentes cenas manifestam o mesmo tema, tendo como sinônimos visuais” (FIORIN, 2019, p.137), assim, a repetição ajusta certa linearidade na leitura, pois orienta o leitor a reforçar a ideia do avanço quantitativo das mulheres na política.

Nesse contexto, a figura de presença também é representada pela amplificação, que consiste em enumerar os aspectos de um objeto. Neste caso, o assunto se desenvolve a partir da sequência dos anos: 2010 - 2014 - 2018, com o objetivo de mostrar a expansão e o crescimento a cada quatro anos, isto é, amplifica o enunciado, numa intensificação crescente, em que o último ano representado demonstra muito mais que o primeiro. Ainda há uma comparação de realidades que estão sendo avaliadas, levando o auditório a tomar consciência do quanto houve crescimento de participantes no sistema eleitoral e nos partidos políticos, associado à presença cada vez mais marcante das mulheres. Logo, é possível perceber que há uma probabilidade de esse número crescer ainda mais nas próximas eleições, caso continue o desenvolvimento de projetos de inclusão de grupos minoritários, como no caso das mulheres.

Apesar de a composição parecer um tanto escassa em relação a elementos visuais e linguísticos, essa aparente falta de recursos ressalta que não, necessariamente, é a quantidade de elementos técnicos que contribui para a organização retórica do gênero, mas a ideia que nele está sendo demonstrada. Neste caso, o infográfico, mesmo com pouco texto descritivo, consegue transmitir uma dimensão argumentativa, “mesmo quando não há programação declarada nem estratégias imediatamente perceptíveis” (AMOSSY, 2018, p.43), mas encaminha ao leitor uma perspectiva e/ou um viés pelo raciocínio do orador – a necessidade

de propor projetos políticos que incluam grupos excluídos a participar de ações cidadãs, como, por exemplo, a participação das mulheres na política.

Ao primeiro contato com infográfico, acreditou-se não haver tantas informações ou elementos a serem analisados profundamente e que poderiam desencadear estruturas retóricas, essa primeira observação retoma as categorias estabelecidas por Peirce (2003) quando se refere à primeiridade, secundidade e terceiridade. No primeiro momento, só se percebe a estrutura técnica – pictogramas, gráficos, cores, números e poucas descrições verbais – sem julgamento do raciocínio. Em um segundo contato, respostas em forma de signos se apresentam, ao provocar sentimentos de representatividade e de história social. Em seguida, é possível realizar uma síntese conceitual, ao compreender o fenômeno discutido e perceber como este é representado no contexto comunicacional do gênero. Ao final, é perceptível que vários elementos podem ser acordados para o desenvolvimento da interpretação retórica.

O infográfico não possui uma questão argumentativa clara como no anterior e depende do texto que o acompanha para melhor compreensão. Isso ocorre devido à caracterização da objetividade posta pelo orador, por meio de critérios de relevância que englobam somente o que deveria ser mais saliente – neste caso, a ideia de quantidade. Por isso, filtra determinados elementos para que, de forma sucinta e clara, a tese defendida seja aceita por todos ou, pelo menos, pela grande maioria.

Neste caso, o gênero não exibe a intencionalidade de convencer e persuadir o auditório, mas orienta o leitor a acompanhar o raciocínio do orador através de elementos composicionais, estruturais e descritivos escolhidos estrategicamente para expor o viés que se quer propagar. Assim, a objetividade do gênero atinge a sua finalidade de produção, ao permitir a assimilação de uma informação por auditórios heterogêneos, devido ser constituído por uma estrutura simples, curta e prática.

5.3 Infográfico “Reforma tributária: um imposto único sobre o consumo”

O infográfico “Reforma tributária: um imposto único sobre o consumo” foi construído logo após o primeiro turno das eleições 2018. Apesar de não ter ligação direta com o tema “eleição” – que era um dos critérios de seleção do *corpus*, foi escolhido porque contempla um dos temas mais discutidos pelos candidatos à presidência na eleição. Mesmo sendo um assunto de grande valia para a população e muito discutido no período, não foi utilizado de forma apelativa pelos candidatos, justamente por ser um tema complexo e poderia não ser compreendido pelos eleitores.

A ideia da reforma tributária é fazer uma mudança na lei e unificar diferentes impostos, por meio de um arranjo no que é cobrado hoje. Assim, o infográfico tem por objetivo esclarecer como é desenvolvido o processo de arrecadação de impostos e quais os possíveis resultados que a mudança pode representar na economia do país.

O infográfico apresentado tem característica autônoma, pois, por si só, é possível compreender o processo de reformulação da lei sobre os impostos, entretanto é acompanhado por um texto âncora que serve de complementação. A diferença entre os dois é que a notícia inicia com um contato direto com o leitor a partir do verbo no imperativo “entenda” – primeira palavra escrita no título do texto – que convida o leitor a compreender o assunto explicitado e proporciona um efeito de comunhão, permitindo uma maior identificação com a mensagem, principalmente por ser um assunto complexo a ser compreendido por pessoas que não são da área. Isso ocorre por se ter em mente uma heterogeneidade de pessoas em contato com o texto, para esse tipo de auditório todos os argumentos são válidos, sejam eles expressos pelo texto somente verbal, pelo visual ou pela complementação e paralelismo entre os dois.

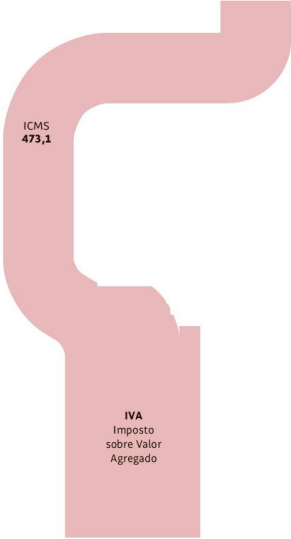
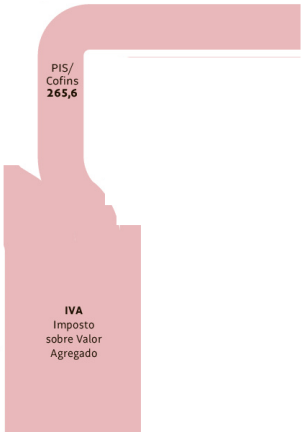
Nesse sentido, o texto âncora tem a função de reforçar a explicação e a descrição proposta pelo infográfico. Ao ler a matéria, percebe-se que o projeto foi desenvolvido pela instituição CCiF (Centro de Cidadania Fiscal), para estabelecer no período de dez anos a redução de cinco tributos referentes ao insumo de bens e serviços. Os dois candidatos encaminhados ao segundo turno concordaram com a sugestão e, mesmo na campanha, já demonstravam que levariam a proposta em consideração, caso fossem eleitos, por isso esse tema sempre estava em pauta na campanha, porém com pouco apelo eleitoral.

De acordo com Appy, um dos autores do projeto, seria uma forma segura de o eleito conseguir uma reeleição, pois os efeitos da prática desse projeto são perceptíveis de imediato. Além disso, a proposta seria excelente e poderia contribuir financeiramente com toda a população. Contudo, há desvantagens na aplicação prática da proposta, uma delas seria o aumento do preço em diversos setores, bem como alguns estados poderiam perder verbas, pois produzem mais do que consomem. Segundo o autor, para que desse certo e tivesse resultado positivo, seria necessária uma visão geral e coletiva, não particular do assunto.

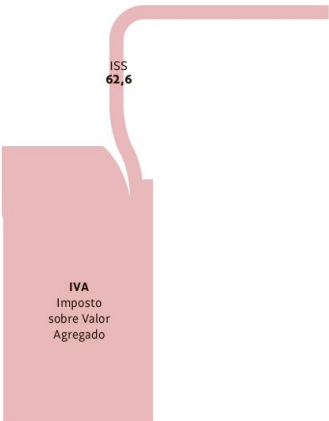
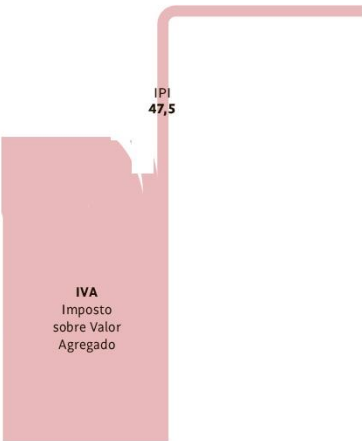
O infográfico foi criado, então, com o objetivo de descrever e de explicar cada item de forma mais esclarecedora possível, apresentando recursos argumentativos para convencer e persuadir o auditório de que esta é a melhor proposta para a realização da reforma tributária e para contribuir com o crescimento da economia do país. É construído em folha única e em eixo vertical, dividido em quatro partes enumeradas com perguntas indiretas, sem utilização do sinal de interrogação, que orientam o percurso da leitura, como demonstra a figura 20.

Apresenta-se, no quadro 6, a transcrição do infográfico para melhor compreensão do texto verbal.

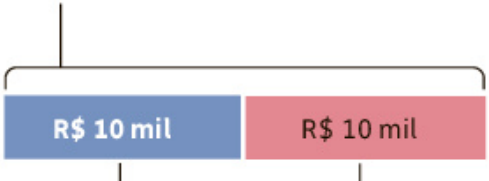
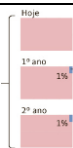
Quadro 6 – Transcrição do infográfico "Reforma tributária: um imposto único sobre o consumo"

TRANSCRIÇÃO DO INFOGRÁFICO Reforma tributária: um imposto único sobre o consumo Especialistas propõem reforma tributária que prevê trocar cinco tributos sobre o consumo por uma única cobrança		
1		Como é hoje São cinco tributos sobre o consumo de bens e serviços em um sistema confuso, cheio de exceções e pouco transparente.
Quanto arrecadam Em R\$ bilhões*		
	De quem é cobrado?	ICMS De indústrias e dos fabricantes de combustíveis, distribuidoras de energia elétrica e empresas de telefonia.
	Quem cobra?	Estados (parte é repartida com as prefeituras).
	Qual o problema?	27 diferentes legislações, cada qual com a sua especificidade sobre setores e até produtos; incentivos fiscais (desconto de imposto) concedidos fora da lei se multiplicaram sem controle nos últimos anos.
	Qual é a alíquota?	Varia segundo o produto e o estado; em SP, a mais comum é de 18%.
	De quem é cobrado?	PIS/ Cofins (dois tributos) Todas as empresas. Por exemplo: a que vende madeira, a empresa que fabrica uma cadeira com a madeira e a loja que vende a cadeira de madeira.
	Quem cobra?	União.
	Qual o problema?	São variadas e subjetivas as regras sobre como descontar o valor do imposto que já foi pago sobre etapas posteriores de produção.
	Qual é a alíquota?	7,6% (PIS) e 1,65% (Cofins).

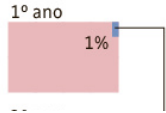
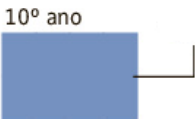
Continua

	De quem é cobrado?	ISS Prestadores de serviços em geral, como por exemplo bancos e planos de saúde.
	Quem cobra?	Municípios.
	Qual o problema?	Dúvidas sobre local onde deve ser pago o imposto: nas cidades onde mora o consumidor ou nas cidades onde estão os prestadores de serviço?
	Qual é a alíquota?	De 2% a 5%.
	De quem é cobrado?	IPI Indústrias e importadores.
	Quem cobra?	União (parte é repartida com estados e municípios).
	Qual o problema?	Regimes especiais se multiplicaram nos últimos anos, complicando a interpretação sobre quais empresas devem pagar o imposto e quais poderiam ficar de fora.
	Qual é a alíquota?	De 0 a 60%.
	A previsão é que a mudança reduza a sonegação e a complexidade do sistema atual, e elimine benefícios fiscais.	
2	O que mudaria Os cinco impostos seriam substituídos por um único, sem aumentar a carga tributária.	
3	Como funcionaria Imposto único cobrado sobre tudo que a empresa vende: bens e serviços.	

Continua

 20% é a estimativa da alíquota uniforme para todas as mercadorias e serviços	O imposto será cobrado sempre no destino, ou seja, no estado ou município onde o bem ou serviço é consumido; hoje o imposto é cobrado na origem, ou seja, onde o bem é produzido. É a estimativa da alíquota uniforme para todas as mercadorias e serviços. Em compensação, a empresa pode recuperar o imposto pago em tudo o que ela comprou para sua atividade produtiva, como matéria-prima
	Exemplo Se a empresa vende R\$ 100 mil ao mês com alíquota do novo tributo, de 20%, deve em imposto R\$ 20 mil.
	Mas, se ela comprou R\$ 50 mil em matéria-prima, já pagou R\$ 10 mil em impostos.
	Descontando o que já pagou do que deve, terá um crédito de R\$ 10 mil.
Não seria cobrado De produção, exportações (o que favorece a competitividade) nem de investimentos (o que favorece o crescimento econômico). Tributo adicional Para produtos como o cigarro.	
	Transição A mudança seria em duas etapas: uma de dez anos, para as empresas e a sociedade; outra de 50 anos para a distribuição dos recursos entre União, estados e municípios.
	Para as empresas Os atuais ICMS, ISS, IPI e PIS/Cofins. IVA (Imposto sobre Valor Agregado).
	Nos dois anos iniciais, o IVA teria alíquota de 1%, assim como a Cofins teria sua alíquota reduzida na mesma proporção, para não alterar carga tributária.

Continua

	A ideia aqui é conseguir estimar quanto arrecada o novo tributo de forma a estabelecer qual será a alíquota do novo imposto.
	Nos próximos oito anos, as alíquotas dos cinco impostos atuais seriam reduzidas em 1/8 a cada ano, elevando a cada período a alíquota do IVA também em 1/8.
	Ao fim dos dez anos, ICMS, ISS, IPI, PIS/Cofins seriam extintos e inteiramente substituídos pelo IVA.
	Para entes federativos Com a mudança para um imposto cobrado onde o consumo ocorre (destino), entes que produzem mais do que consomem podem perder arrecadação. Para minimizar o impacto sobre quem perde receita, estados e municípios receberão por 20 anos, com o IVA, o equivalente à arrecadação de hoje, corrigida pela inflação. Nos 30 anos seguintes, a parcela que repõe a receita atual de estados e municípios seria reduzida em 1/30 por ano, subida a parcela distribuída pelo destino.

Fonte: Organizado pelo autor, com base no infográfico elaborado pela Folha de São Paulo com dados do Centro de Cidadania Fiscal.

Na primeira parte, o questionamento realizado é: “como é hoje”, sendo respondido com a apresentação dos 5 (cinco) impostos (ICMS; PIS; Cofins; IPI; e ISS)⁴⁶, acompanhados por outros questionamentos esclarecedores de como são realizadas cada uma das arrecadações e seus principais problemas – “De quem é cobrado? Quem cobra? Qual o problema? Qual a alíquota?”. As respostas são descritas e explicadas por meio de texto verbal e apresenta um elemento visual que se liga à segunda parte do infográfico (“O que mudaria”) – a ilustração é definida como um funil⁴⁷, por onde passam todos os tributos arrecadados hoje, até chegar ao tributo único, o IVA (Imposto sobre Valor Agregado). Assim, é perceptível que a espessura

⁴⁶ ICMS – Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias; PIS – Programa de Integração Social; Cofins – Contribuição para Financiamento de Seguridade Social; IPI – Imposto de produtos Industrializados; ISS – Imposto Sobre serviço.

⁴⁷ Definição dada pela pesquisadora, devido ao formato que se apresenta.

dos valores se atrela à quantidade de tributos – quanto maior a porcentagem, mais espesso ele é e vice-versa.

Na terceira parte são apresentados pictogramas, simulando como funciona na prática o imposto referente: ao comércio – onde o serviço é consumido; e à transportadora – por onde a produção é encaminhada, entre esses dois processos há um gráfico com o custo de 20% (vinte por cento), que representa a alíquota de todas as mercadorias e serviços. Na parte subsequente, é exposto um gráfico com a transição dos impostos, dividida em duas etapas: do hoje até dois anos de atuação – para estimar a arrecadação e prevê-la nos demais anos; e, do terceiro ao décimo ano de prática do imposto único – com uma sequência de como ocorreria a extinção dos cinco tributos e a substituição pelo IVA. Além dos gráficos, as setas e os conectores servem para relacionar o elemento visual ao texto descritivo. Para finalizar, apresenta-se um mapa com as possíveis desvantagens, o interessante é que esta informação ocorre no final de todo o processo, após demonstrar todas as vantagens, pois, assim, o leitor, ao perceber a importância dessa transição, não terá mais preocupações com o que não é vantajoso.

Após a observação de cada etapa do infográfico, é possível compreender a razão de ser selecionado como o de maior composição, em relação às pistas verbais, o infográfico apresenta: (1) título; (2) texto introdutório, que pode também ser considerado um subtítulo – “Especialistas propõem reforma tributária que prevê trocar cinco tributos sobre o consumo por uma única cobrança”; (3) há mudanças na cor da fonte, isto é, a divisão das partes está em negrito para dar efeito de separação de etapas; (4) há legendas para definição dos gráficos; (5) o texto verbal é escrito fora dos elementos ilustrativos, é importante frisar que esse infográfico é composto por um número extenso de texto verbal, visto que a intenção é descrever detalhadamente todos os aspectos que compõem a reforma tributária e esclarecer para toda a população; (6) apresenta uma leitura linear, firmada pela enumeração das partes um a quatro; (7) tem por característica a explicação e a descrição de um fenômeno, neste caso, a reformulação dos tributos de bens e consumos; e (8) apresenta a fonte de onde foram retiradas todas as informações. Em relação aos elementos visuais, apresenta: (1) dois tipos de gráficos; (2) apresenta pictogramas na simulação do funcionamento do novo tributo; (3) as cores, novamente aparecem representadas pelo azul e rosa; (4) apresenta setas, linhas, conectores; e (4) gravura. Com isso, percebe-se que, dos trinta e três critérios apresentados nos quadros, dezenove foram contemplados neste infográfico.

De acordo com a composição, o infográfico pode ser categorizado como de explicação, pois tem por funcionalidade explicar o fenômeno em estudo – a reforma tributária,

bem como todos os processos informativos referentes ao assunto, levando o leitor a seguir uma sequência na leitura – isso é bem claro com o uso dos números que determinam esse encadeamento. Em um sentido mais restrito, tem por modelo tipológico, definido por Fogolari (2009), mapeamento de um item – como o próprio nome já diz, a ideia é mapear dados que podem ser visualizados, por meio da descrição de especificidades sobre o assunto tratado. Neste caso, apresenta como são arrecadados os tributos, quais mudanças ocorrerão com a reforma, como irá funcionar e quais os resultados obtidos com o passar dos anos.

Nessa perspectiva, para alcançar o objetivo indicado para a produção desse infográfico, o orador presume que o auditório possui uma concepção prévia do fenômeno tratado, mesmo não compreendendo muito bem, devido ao assunto ser muito discutido pelos candidatos à presidência. O auditório prevê que a ideia é explicar e fazer entender sobre o que é a reforma (que tanto se discute) e como isso implica a vida da população. Logo, há um acordo prévio, pois se admite discutir a necessidade de uma reforma tributária, visto que há um número grande de tributos a serem pagos que seriam reduzidos a somente um – pela ideia de quantidade – já seria um benefício. Entretanto, apesar de as premissas serem aceitas, em algum momento podem ser postas em questão.

Por intermédio desse acordo, então, é aceitável constituir um raciocínio entimemático – tanto pela qualidade da proposta quanto pelo interesse financeiro que tem sido demonstrado pelas empresas – a partir da tese: a proposta da Reforma Tributária é um estímulo à atividade econômica e gera mais eficiência ao sistema de arrecadação. E suas justificações: (I) reduz cinco impostos em um, sem aumentar a carga tributária; (II) o sistema de arrecadação será simplificado e mais transparente, dificilmente ocorrerá a sonegação; e (III) as empresas podem recuperar os impostos pagos em tudo o que comprar de matéria-prima.

Essas proposições são percebidas nas relações entre os elementos verbais e os visuais do infográfico e reforçadas pelo texto âncora que o acompanha. Neste sentido, vale destacar o lugar do preferível, referente à quantidade – também, percebido na análise do infográfico anterior, pois quanto menor o número de tributos, menor será o custo pago, principalmente nos entes que consomem mais. Esta ideia é reforçada pela exposição da figura de repetição, que gera um efeito de presença na mente do leitor ao fixar o assunto discutido, isso é proposto primeiro com a apresentação da descrição verbal de todo o processo, em seguida pela simulação do funcionamento da arrecadação do tributo na prática. Essa informação se repete no exemplo subsequente, pelos elementos estatísticos representantes dos valores comprados e dos valores descontados para reafirmar o que foi divulgado na simulação. Desse modo, é perceptível, também, a presença da figura de amplificação, a qual consiste em enumerar os

aspectos descritivos de um fenômeno, visto que fortalece a repetição e determina a linearidade na leitura, por meio da descrição, da simulação, da exemplificação e do funcionamento da reforma em gráficos, reforçando o entendimento do assunto.

Outro fator que merece destaque é a comparação do que é real hoje com realidades avaliadas futuramente. De acordo com Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014, p.274), “a argumentação não poderia ir muito longe sem recorrer a comparações, nas quais se cotejam vários objetos para avaliá-los um em relação ao outro”, neste caso, a comparação proporciona ao auditório notar a probabilidade de avanços que serão possíveis se essa transição for aceita. Essa ideia se relaciona ao argumento pragmático, uma vez que o valor da tese atribui resultados efetivos à sua adesão, por exemplo, o orador argumenta que a reforma tributária (causa) reduz o número de impostos sobre bens e consumos a serem arrecadados sem aumentar a carga tributária (efeito), conseqüentemente, o uso desse argumento propõe o sucesso como resultado válido às suas proposições (NOGUEIRA, 2014).

Em síntese, pode-se dizer que o infográfico expõe de forma clara e organizada todos os passos de uma reformulação, tentando demonstrar que essa é a melhor das propostas e que seus argumentos são plausíveis e possíveis de assentimento pelo auditório. Por isso, é desenvolvido um raciocínio preferível destinado a garantir a “adesão de indivíduos e comunidades que efetivem as mudanças e adaptações, antes que a realidade prevista se concretize” (SOUZA, 2016, p.201), isto é, a adesão à tese de que a Reforma Tributária é um estímulo à atividade econômica e gera mais eficiência ao sistema de arrecadação.

Desse modo, a escolha e a seleção de como se apresenta algo, seja descritiva e/ou explicativa, permite orientar modificação de comportamentos. O orador utiliza, assim, elementos, como a saliência, com o objetivo de enfatizar as informações mais importantes – reduzir cinco tributos em um, principalmente pelos aspectos quantitativos da proposta – neste caso, a gravura do “funil”, demonstrando essa redução, pois a intenção é centralizar o olhar dos leitores, “ou seja, a comunicação de uma notícia não é uma consequência natural dos fatos relatados, mas sim uma elaboração, onde texto e imagem contribuem para uma construção retórica” (MARTINS; EMANUEL, 2015, p.59).

O desenvolvimento de um discurso explícito ou implicitamente possui um viés argumentativo, pois é algo inerente ao processo de comunicação, seja ele verbal ou transmitido em outros níveis de linguagem, como o multimodal, principalmente quando se está atrelado a um gênero objetivo como o infográfico. Nesse contexto, compreende-se que “não há objetividade que não dependa de critérios de relevância” (GRÁCIO, 2014, p.175), visto que, ao emitir descritiva ou explicativamente um assunto, de forma incontornável há

uma dimensão com o intuito de convencer e persuadir um auditório e, apesar de o infográfico analisado não possuir uma questão argumentativa clara ou direta, expõe diversos argumentos que contemplam a tomada de uma posição – que esta proposta é a ideal para o contexto econômico do país.

Nesse sentido, pode-se dizer que o gênero tem sempre dimensão argumentativa e, por vezes, uma visada argumentativa, mesmo não sendo tão declarada, pois se presume o ponto de vista defendido pelo orador, utilizando-se de estratégias explicitamente marcadas. Um exemplo disso é o fato de as desvantagens estarem mais presentes no texto âncora e muito pouco informadas no infográfico, isso pode ser justificado pelo fato de que o infográfico foi tão bem detalhado que o leitor não, necessariamente, faz a leitura da matéria jornalística que o acompanha. Assim, os leitores não irão notar que as classes mais baixas da sociedade pagarão um maior custo em alguns serviços, bem como os estados terão grandes desvantagens e uma menor arrecadação, caso comprem mais do que vendam.

Como foi dito, todo discurso depende de uma seletividade que orienta toda a descrição e explicação, por meio dos quais se isolam e se diferenciam elementos em termos de relevância (GRÁCIO, 2014). Isso auxilia na construção de recursos retóricos para adesão do auditório ao viés argumentativo do orador e, por mais que se tente neutralizar informações, como, por exemplo, não estabelecendo contato direto com o leitor, há um ponto de vista que orienta o auditório à direção desejada.

5.4 Discussão dos resultados

De modo geral, pode ser percebido que os infográficos do jornal digital Folha de São Paulo, no período de agosto a outubro de 2018, numa perspectiva verbal, apresentam título, mudança no tamanho e na cor da fonte para destacar determinados elementos; a maioria dos textos está escrita fora das ilustrações, bem como descrevem determinado aspecto; apresentam leitura não-linear e texto âncora; há muitos textos comparativos – pelo grande uso de gráficos, o uso das legendas é marcante; e poucos dão créditos aos autores que os produziram.

No que tange aos aspectos visuais, todos apresentam cores, entretanto, há cores mais frequentes, como o vermelho, o azul e o cinza – é perceptível que pode ser uma marca estilística do jornal, entretanto em alguns momentos percebe-se a intenção de dar destaque a elementos que possuem mais relevância no gênero, ou determinar conceitos que sejam mais próximos da realidade dos leitores e, assim, mais fáceis de serem compreendidos. A maioria

apresenta texto em eixo vertical e em página única, somente quando há uma grande quantidade de informações, o infográfico surge em eixo horizontal e possui uma leitura não linear, proporcionando ao leitor a escolha desejada para segmentação da leitura; há a presença de muitas linhas, conectores, setas, fotos e mapas; por fim, uma pequena quantidade de gravuras, pictogramas, ícones, números e escalas.

Esses aspectos composicionais, sejam eles verbais ou visuais, contribuem para o desenvolvimento dos papéis argumentativos do gênero infográfico. E não, necessariamente, a quantidade de recursos técnicos é o que define a maior ou melhor articulação argumentativa, pelo contrário, todos são selecionados estrategicamente para a apresentação do assunto ao leitor, possibilitando a garantia de adesão. Desse modo, foi possível perceber que os critérios técnicos não são os elementos primordiais para a promoção dos efeitos retóricos, mas toda a construção do gênero com a discussão do assunto, o viés que se quer propagar, as técnicas argumentativas demonstradas e a interação que se realiza entre o leitor e o texto.

Diante de todas as análises, há pontos que chamam bastante atenção. Primeiro, apesar de o gênero estudado ser considerado simplesmente informativo, com o objetivo de reduzir e simplificar conceitos complexos, também reafirma a ideia que se tinha no início do trabalho de que o infográfico possui intrinsecamente relações discursivas argumentativas, percebidas na prática de interação entre texto e leitor. Além disso, vem acompanhado por uma notícia que geralmente fornece uma informação mais completa ou algo que ficou subentendido no infográfico, exercendo, assim, o papel de texto âncora que reforça este viés argumentativo.

Dos três infográficos analisados, o que mais instigou a análise foi “A máquina de votar”, por ele ter sido o primeiro ou por já possuir uma discussão muito forte na mídia. A ideia de retornar ao voto impresso, em um mundo digital em que a sociedade está inserida, seria um retrocesso e apresentar todas as características e funcionalidades da urna, suas estratégias de segurança, seus procedimentos analíticos e de como se estabelece a integridade e a identidade dos eleitores são de grande valia para reafirmar que esta é a melhor opção⁴⁸. Entretanto, o infográfico “Eleições terá número recorde de vices mulheres” foi inspirador e contrariou o sentimento do primeiro contato com o texto, pois a primeira impressão foi que não teria muita coisa a ser explorada e em um parágrafo se resumiriam todas as características presentes, porém surpreendeu ao demonstrar uma discussão muito além do previsível, englobando aspectos históricos e sociais da participação da mulher em contextos

⁴⁸ Essa é uma proposta de reflexão dos impactos exercidos enquanto leitora. Desse modo, outros leitores podem ter posicionamentos divergentes, concordando ou não com essa ideia.

majoritariamente exercidos por homens. Então, surtiu um impacto muito grande, enquanto leitora, mulher e defensora da participação de classes minoritárias nas decisões políticas.

Confirma-se, então, a importância de estabelecer paralelamente elementos verbo-visuais para o reconhecimento de informações implícitas que desempenham papéis discursivos na construção de argumentos. Diante do que foi discutido e analisado de modo interpretativo, é possível perceber que a combinação dos recursos linguísticos e não-linguísticos, leva a crer na possibilidade de conter elementos retóricos visuais no gênero, pois procura fazer assentir a uma possível tese, por meio de um conjunto de justificações que definem a ideia que se pretende propagar e defender.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Retórica Visual é um campo mais amplo da Retórica por conglomerar em seus estudos a análise dos artefatos verbais e dos visuais – estes acrescentam um valor retórico extra, pois tornam vívida a argumentação aos olhos do auditório (MATEUS, 2018), visto que proporcionam uma visão holística dos elementos que compõem a mensagem e que contribuem para o processo comunicativo. Desse modo, embora a publicidade seja o seu maior campo de atuação, nesta pesquisa, apresentou-se um gênero jornalístico como outro campo propício à análise, porque tem por característica a correlação entre elementos linguísticos e não-linguísticos para transmissão de uma mensagem, ao mesmo tempo em que transpõe informações complexas em simplificadas para abarcar significativamente o entendimento dos leitores sobre o assunto tratado – essas características se referem ao gênero infográfico. Um gênero com perfil sucinto, “objetivo” e tem por perspectiva apresentar um ponto de vista de modo mais “neutro” possível, entretanto se percebeu por meio do estudo que o infográfico articula elementos estrategicamente para defender uma ideia.

O estudo comprometeu-se, então, em descrever, à luz da Retórica Visual, os recursos verbais e não-verbais que contribuem para a construção argumentativa do gênero infográfico e como objetivos específicos: (1) definir os aspectos formais, históricos e as áreas de foco da Retórica Visual; (2) discutir a caracterização do gênero infográfico, suas tipologias, bem como a possibilidade desse gênero, de caráter informativo, conter elementos escolhidos estrategicamente para defender um ponto de vista; (3) propor um método analítico para observação dos elementos técnicos composicionais, referentes à estrutura e à organização de um infográfico jornalístico; (4) destacar os elementos verbais e os visuais que são favoráveis ou potencializam uma análise argumentativa. Com isso, considera-se que os objetivos foram atingidos, pois se apresenta uma breve discussão sobre os aspectos gerais que definem e expressam a história da retórica, além de uma explanação sobre a imagem, a sua importância na sociedade e a possibilidade de uma argumentação visual. Bem como, discutiu-se detalhadamente a caracterização do gênero infográfico, seus aspectos históricos e algumas das propostas de definição e os modelos tipológicos mais utilizados. Com essa discussão foi possível perceber que, apesar de o infográfico ser um gênero muito presente na mídia, ainda é um campo carente de estudo, principalmente atrelado à possibilidade de esse gênero informativo conter elementos retóricos que possuem a funcionalidade de convencer e de persuadir o auditório.

Diante da discussão apresentada, envolvendo o gênero infográfico numa perspectiva da Retórica Visual, tem-se como problema de pesquisa: Como recursos visuais e verbais desempenham papéis e valores argumentativos nos infográficos no jornal digital Folha de São Paulo, especificamente no período de agosto a outubro de 2018 – período que compreende as eleições para presidência do país? Conforme se destacou na introdução desta pesquisa, a investigação sobre o objeto de estudo desenvolveu-se por meio das seguintes questões norteadoras: (i) os jornais digitais incluem elementos retóricos nos infográficos? (ii) há interação argumentativa entre o verbal e o visual no gênero infográfico? (iii) de que modo a quantidade de critérios técnicos de composição dos infográficos pode interferir e/ou influenciar nos efeitos retóricos do gênero?

De acordo com os questionamentos, buscou-se embasamento teórico que abarcasse possíveis respostas às perguntas estabelecidas. Desse modo, a pesquisa considerou os conceitos desenvolvidos acerca da argumentação nos trabalhos de Alexandre Júnior (2005); Amossy (2018); Grácio (2014; 2019); Perelman (1977); Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014). Com relação à literatura específica sobre retórica e argumentação visual, os estudos de Foss (2008), Kjeldsen (2012, 2013, 2015), Mateus (2016) e Roque (2009, 2012, 2016). E, para abordar as pesquisas existentes sobre o infográfico, foram adotadas as ideias de Colle (2004), Fogolari (2009), Lima (2015), Moraes (2013) e Nascimento (2013).

Nesta seção de considerações finais, de modo sistematizado, faz-se uma retomada da trajetória percorrida nas seções anteriores para efetivar os objetivos gerais e os específicos apresentados, bem como responder ao problema de pesquisa e às questões norteadoras desenvolvidas no estudo.

A primeira seção está dividida em três partes: a primeira expõe a história da retórica – desde o seu surgimento ao desenvolvimento de uma retórica da renovação, bem como explica a concepção de língua e de linguagem empregada no estudo. Em seguida, faz-se uma explanação sobre o impacto das imagens na sociedade e a possibilidade de uma argumentação visual. Finalmente, apresentam-se os pontos de partida e as técnicas utilizadas na argumentação, desenvolvidas por Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014).

A seção dois buscou situar o contexto histórico sobre o gênero infográfico, as propostas de definição e os modelos tipológicos centrais que contribuíram para esta pesquisa, como Colle (2004), Fogolari (2009) e Nascimento (2013). Por fim, o forte da pesquisa, que é a possibilidade do gênero informativo, apesar de demonstrar certa neutralidade e objetividade, pode manifestar um viés argumentativo – o que é confirmado pela pesquisa.

Na terceira seção foi descrito o percurso metodológico adotado para o desenvolvimento da pesquisa: a caracterização do objeto de estudo, englobando três dos principais trabalhos que contribuíram para esta pesquisa; os procedimentos de análise, desde a revisão sistemática, perpassando pela bibliografia, escolha e delimitação do *corpus*; a coleta e a apresentação dos dados; bem como uma proposta metodológica de análise, por meio de quadros de critérios com pistas de produção verbal e pistas de produção visual que permite replicabilidade a estudos posteriores sobre o gênero; além de considerar o estudo da Nova Retórica com as técnicas argumentativas.

Por fim, procedeu-se à descrição interpretativa dos infográficos selecionados: “A máquina de votar” – exercício de análise que serviu de base às demais; “Eleições terá número recorde de vices mulheres”; e, “Reforma tributária: um imposto único sobre o consumo”. A análise apresenta a exposição organizacional do texto, o objetivo de ser criado, a especificação de sua categorização, os elementos verbais e os visuais que compõem o gênero, relação discursiva com o texto âncora, bem como as técnicas argumentativas utilizadas. No decorrer do texto, são realizadas discussões dos resultados à luz do referencial teórico apresentado nas seções 1 e 2.

De acordo com os modelos tipológicos apresentados, percebe-se que a maioria dos infográficos são categorizados como exposição de dados estatísticos e, de modo mais específico, pelas categorias e modelos tipológicos de Colle (2004) e Fogolari (2009), os que mais estão presentes nesta pesquisa são os diagramáticos e os de descrição por comparação. Uma vez que tratam de infográficos relacionados à eleição, comparações e informações numéricas, sempre estarão presentes para transmitir os dados.

Sobre os resultados acerca dos critérios técnicos dos trinta e oito infográficos que compõem o *corpus* analisado, tem-se como destaques referentes às pistas de produção verbal: (i) o título está presente em todos os analisados; (ii) em trinta e sete infográficos ocorrem mudança no tamanho e na cor da fonte, bem como os textos estão escritos fora das ilustrações e têm função de descrever⁴⁹ determinado aspecto; (iii) trinta e um apresentam leitura não-linear, texto âncora e legenda; (iv) vinte e sete contemplam texto comparativo; e (v) nove textos explicativos. Logo, poucos são os que: dão créditos aos autores que os produziram; apresentam subtítulo; mantêm contato com o leitor; e expõem texto explicativo curto para introduzir o conteúdo.

⁴⁹ Vale ressaltar que um mesmo infográfico pode exercer a função de descrever, de comparar e de explicar.

No que tange aos critérios técnicos referentes às pistas de produção visual: (i) as cores estão presentes em todos os infográficos, sendo as mais frequentes o vermelho, o azul e o cinza; (ii) trinta e sete são compostos em eixo vertical e em página única; (iii) trinta e um apresentam gráficos; (iv) vinte e dois expõem conectores e linhas; (v) vinte e um apresentam fotografias; e (vi) vinte exibem setas. Então, percebe-se uma pequena quantidade de gravuras, pictogramas, ícones, mapas e texto em página dupla e eixo horizontal.

Por meio da análise técnica dos quadros de critérios que compõem os infográficos, foi possível responder à terceira questão norteadora e afirmar que esses contribuem para o desenvolvimento dos valores e dos papéis argumentativos do gênero infográfico. Entretanto, é possível confirmar que não necessariamente é o número de critérios que define o fator primordial para a promoção de efeitos retóricos no gênero, uma vez que a determinação desses efeitos é realizada por meio de todos os elementos, sejam estes linguísticos ou não-linguísticos escolhidos de forma estratégica, passando por processos de saliência e filtragem para serem apresentados ao leitor. Isso significa dizer que o modo como o gênero é construído, a questão argumentativa que se quer propagar, as técnicas argumentativas utilizadas e demais elementos contribuem para a interação entre o leitor e o texto, podendo, assim, garantir a adesão.

Desse modo, pode-se reafirmar outros pontos baseados nas questões norteadoras. Primeiro, os jornais digitais incluem elementos retóricos nos infográficos, especificamente o jornal Folha de São Paulo. Segundo, há uma interação discursiva entre os infográficos e o texto âncora, isto é, “apresenta o mesmo assunto abordado nos textos que o complementa, podendo ou não trazer informações iguais, ou parciais, porém essas informações são mais uma complementação” (FOGOLARI, 2009, p.74) ou, ainda, o infográfico pode não possuir uma questão argumentativa clara e a matéria jornalística que o acompanha apresentar essa questão, como observado no infográfico “Eleições terá número recorde de vices mulheres”. Além disso, foi possível alcançar o quarto objetivo específico (destacar os elementos verbais e os visuais que são favoráveis ou potencializam a uma análise argumentativa), assim, tem-se, além dos já citados:

O infográfico a “A máquina de votar”, que demonstra (1) acordo sobre o real, por tratar da polêmica sobre as fraudes da urna e tentar validar a segurança da mesma; (2) efeito de presença, através das setas que orientam e direcionam o olhar do auditório; (3) a figura de amplificação com a enumeração das imagens; (4) a ligação de coexistência – influenciada pelo prestígio e confiabilidade do TSE e TRE; (5) a presunção – devido às características que compõem a estrutura da urna eletrônica e os procedimentos adotados em seu funcionamento,

é possível acreditar que a urna eletrônica é segura e confiável; e (6) o argumento pragmático, pois se leva em consideração a relação das ações com as consequências que podem causar.

No infográfico “Eleições terá número recorde de vices mulheres” é perceptível (1) um acordo prévio, por meio do fato de que há um maior número de mulheres candidatas a cargos presidenciais e governamentais nas eleições de 2018; (2) efeito de presença, através da figura de repetição, por meio da apresentação sinonímica visual dos dados pictográficos e dos gráficos; (3) a figura de amplificação com a sequência crescente do número de pictogramas; (4) lugar do preferível – a quantidade, pois, quanto maior o número de mulheres participantes em uma disputa política, será melhor.

Por fim, o infográfico “Reforma tributária: imposto único sobre o consumo” apresenta (1) um acordo prévio, pois se admite discutir o fato de ter a necessidade de uma reforma tributária, visto que há um número grande de tributos a serem pagos e reduzi-los seria um benefício; (2) lugar de quantidade – quanto menor o número de tributos, menor será o custo pago; (3) efeito de presença, através das figuras de repetição e amplificação – enumeração, por meio da descrição, da simulação, da exemplificação e do funcionamento da reforma em gráficos; (4) a comparação proporciona ao auditório notória probabilidade de avanços que serão possíveis, caso a transição seja aceita; e (5) o argumento pragmático – o valor da tese atribui resultados efetivos a sua adesão.

Em síntese, reafirma-se a ideia de que, apesar de o infográfico ser um gênero caracteristicamente informativo que propõe certa “neutralidade”, contém elementos retóricos com função de convencer e de persuadir o leitor, fortalecendo a ideia de que todo discurso defende um ponto de vista, “mesmo quando não formula uma tese explícita” (AMOSSY, 2018, p.22), entretanto estabelece uma escolha cuidadosa, seletiva e tática dos recursos utilizados para tentar garantir adesão do auditório. Esta escolha é um dos fatores que contribuem para o desenvolvimento de certa “objetividade”, visto que perpassa por critérios de relevância e determinam aquilo que coaduna a um ponto de vista. Desse modo, a autora complementa que há domínios que se concentram na análise do discurso e por meio da linguagem desenvolvem níveis de escolhas, sejam eles lexicais ou de encadeamentos de enunciados que estabelecem uma visada ou uma dimensão argumentativa no gênero. Isso confirma a ideia de constituir relações de complementariedade entre elementos linguísticos e não-linguísticos que desempenham papéis discursivos implícitos na construção de argumentos.

Logo, este estudo poderá servir de referência para a consolidação de um corpo de pesquisas sobre argumentação visual, mais especificamente verbo-imagética, visto que ainda

é um campo muito pouco explorado sistematicamente no Brasil. Bem como, é possível a aplicação ao ensino no que se refere à leitura crítica do gênero. Além disso, pode-se desenvolver trabalhos com a metodologia do rastreamento ocular, contemplando o processamento da leitura e da compreensão de informações verbais e visuais em infográficos.

REFERÊNCIAS

- ALEXANDRE JÚNIOR, Manuel. Eficácia Retórica: A palavra e a imagem. **Revista Rêthorikê – Revista Digital de Retórica** Centro de Estudos Clássicos, Universidade da Beira Interior. Março, 2008 – ISSN 1646-9372. Disponível em: <https://bit.ly/33Qdhlp>. Acesso em: 05 set. 2019.
- ALEXANDRE JÚNIOR, Manuel. Prefácio. In: ARISTÓTELES. **Retórica**. Tradução: Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2005. Disponível em: <https://bit.ly/2JyUq57>. Acesso em: 04 set. 2019.
- ALMEIDA JÚNIOR, Licínio Nascimento de; NOJIMA, Vera Lúcia Moreira dos Santos. **Retórica do designer gráfico: da prática à teoria**. São Paulo: Blucher, 2010.
- ALVES, Marco Antônio Sousa. Balanço crítico da noção de auditório universal de Chaim Perelman. **Revista Páginas de Filosofia**, v.1, n.2, p.61-78, jul/dez. 2009. Disponível em: <https://bit.ly/3fVne6U>. Acesso em: 18 set. 2020.
- AMOSSY, Ruth. **A argumentação no discurso**. São Paulo: Contexto, 2018.
- AZEVEDO, Isabel Cristina Michelan de. **A argumentação no Exame Nacional do Ensino Médio: os múltiplos percursos discursivos seguidos por jovens em processo de formação**. Tese (Doutorado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: <https://bit.ly/37Oj4JZ>. Acesso em: 11 abr. 2020.
- BARCELÓ-ASPEITIA, Axel Arturo. Words and Images in Argumentation. **Argumentation**, México, v.26, n.3, p.355–368, 24 nov. 2012. Disponível em: <https://bit.ly/3dCCV1q>. Acesso em: 18 jun. 2019.
- BARTHES, Roland. A antiga retórica. In: R. BARTHES, **A aventura semiológica**. São Paulo: Martins Fontes, 2001. p.3-100. Disponível em: <https://bit.ly/2xzkDOc>. Acesso em: 22 maio 2019.
- BARTHES, Roland. A retórica da imagem. In: **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990. p.27-44. Disponível em: <https://bit.ly/3ame3sJ>. Acesso em: 16 maio 2019.
- BIRDSELL, David S; GROARKE, Leo. Toward a theory of visual argument. **Argumentation and Advocacy**. Texas Tech University, v.33, n.1, p.1-10, Summer, 1996. Disponível em: <https://bit.ly/33Qdm8H>. Acesso em: 15 jun. 2019.
- BLAIR, John Anthony. The Rhetoric of Visual Arguments. In: HILL, Charles Anna; HELMERS, Marguerite. (org.). **Defining visual rethorics**. London: Lawrence Erlbaum Associates, 2008. p. 41-61. Disponível em: <https://bit.ly/2UszR0q>. Acesso em: 16 jun. 2019.
- BÜHLER, Karl. **Theory of language: The representational function of language**. Amsterdam – Philadelphia, 2011. Disponível em: [file:///C:/Users/USURIO~2/AppData/Local/Temp/\[Karl%20B%C3%BChler%20\]Theory%20](file:///C:/Users/USURIO~2/AppData/Local/Temp/[Karl%20B%C3%BChler%20]Theory%20)

of%20Language%20The%20representational%20function%20of%20language-1.pdf. Acesso em: 01 out 2020.

CASTILHO, Ataliba T. de. **Nova gramática do português brasileiro**. São Paulo: Contexto, 2019.

CAVALCANTE, Mônica Magalhães; PINTO, Rosalice; BRITO, Mariza Angélica Paiva. Polêmica e argumentação: interfaces possíveis em textos midiáticos de natureza política. **Diacrítica**, Argumentação e Discurso, n.32, p.5-21, jan. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3qN7lo3>. Acesso em: 27 nov. 2020.

CAVALCANTE, Mônica Magalhães. Abordagens da argumentação nos estudos de Linguística Textual. **ReVEL**, edição especial v.14, n.12, p.106-124, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3oHTqxO>. Acesso em: 18 nov. 2020.

COLLE, Raymond. Infografia: tipologias. **Revista Latina de Comunicación Social**, La Laguna (Tenerife), n.57, jan. /jun. 2004. Disponível em: <https://bit.ly/3ekszTW>. Acesso em: 15 abr. 2020.

DURAND, Jacques. Rhétorique et image publicitaire. L'analyse des images. **Communications**, v.15, n.1, p.70-95, 1970. Disponível em: <https://bit.ly/2vZvtwo>. Acesso em: 01 jul. 2019.

FIORIN, José Luiz. **Figuras de retórica**. São Paulo: Contexto, 2019.

FIORIN, José Luiz. **Argumentação**. São Paulo: Contexto, 2018.

FOGOLARI, Lis Airê. **O Gênero infográfico: Uma análise sociorretórica**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem). Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, 2009. Disponível em: <https://www.riuni.unisul.br/handle/12345/4596>. Acesso em: 04 maio 2019.

FOSS, Sonja. K. Framing the study of visual rhetoric: Toward a transformation of rhetorical theory. In: HILL, Charles Anna; HELMERS, Marguerite. (org.). **Defining visual rhetorics**. London: Lawrence Erlbaum Associates, 2008. p.303-313. Disponível em: <https://bit.ly/39pzsQ5>. Acesso em: 16 jun. 2019.

GUIMARÃES, Sandra Regina Kirchner. O papel das pistas do contexto verbal no reconhecimento de palavras. **Revista Psicologia em Estudo**, Maringá, v.9, n.2, p.279-289, mai. /ago. 2004. Disponível em: <https://bit.ly/3oe9reF>. Acesso em: 10 out. 2020.

GRÁCIO, Alexandre Rui. Da argumentação à demonstração: os estreitamentos focais como estratégias de objetivação. **EID&A – Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**. Ilhéus, n.18, p.139-150, abr. 2019. Disponível em: <https://tinyurl.com/y4uxurqg>. Acesso em: 02 de out. de 2019.

GRÁCIO, Alexandre Rui. Retórica e objetividade. **EID&A – Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**. Ilhéus, n.6, p.171-184, jun. 2014. Disponível em: <http://periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/view/462/462>. Acesso em: 04 out. 2019.

GRÁCIO, Alexandre Rui. Verbetes críticos da argumentação e retórica. **CAR – Casa da Argumentação e da Retórica**. Coimbra: Grácio Editor/Instituto de Filosofia da Linguagem da Universidade Nacional de Lisboa, 2013. Disponível em: <https://bit.ly/2CugOMD>. Acesso em: 09 de mar. de 2020.

KANNO, Mário; BANDRÃO, Renato. **O Manual de Infografia da Folha de São Paulo**. São Paulo, Folha, 1998. Disponível em: <https://bit.ly/33ZXC4Z>. Acesso em: 12 jul. 2019.

KJELDSEN, Jens Elmelund. The Study of Visual and Multimodal Argumentation. **Argumentation**. v.29, n.2, p.115–132, maio, 2015. Disponível em: <https://bit.ly/2wB4eZv>. Acesso em: 12 jun. 2019.

KJELDSEN, Jens Elmelund. Virtues of visual argumentation: How pictures make the importance and strength of an argument salient importance and strength of an argument salien. In: 10ª Conferência da Ontário Sociedade de Estudos da Argumentação (OSSA), v.10, 2013, Canadá, **Anais [...]**. Ontário: OSSA, 2013. p.1-13. Disponível em: <https://bit.ly/30SpHJO>. Acesso em: 12 nov. 2019.

KJELDSEN, Jens Elmelund. Pictorial Argumentation in Advertising: Visual Tropes and Figures as a Way of Creating Visual Argumentation. In: **Topical Themes in Argumentation Theory: Twenty Exploratory Studies**. Frans. H. van Eemeren; B. Garssen (Eds.). Amsterdam: Springer Netherlands, 2012. p.239-255. Disponível em: <https://bit.ly/312mGa7>. Acesso em: 12 jan. 2020.

KRESS, Gunther R.; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading images: the grammar of visual design**. 2. ed. London and New York: Routledge, 2006 [1996]. Disponível em: <https://tinyurl.com/y5yrrlqu>. Acesso em: 15 jun. 2019.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

LEAL, Elisabeth Juchem Machado. Um desafio para o pesquisador: a formulação do problema de pesquisa. **Contrapontos**. ano 2, n.5, p.237-250, Itajaí, maio/ago. 2002. Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rc/article/view/145>. Acesso em: 12 jun. 2019.

LETURIA, Elio. ¿Qué es infografía? **Revista Latina de Comunicación Social**, La Laguna (Tenerife), v.1, n.4, abril 1998. Disponível em: <http://www.revistalatinacs.org/z8/r4el.htm>. Acesso em: 13 out. 2020.

LIMA, Ricardo Cunha. O que é infografia jornalística? **Revista InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação**, São Paulo, v.12, n.1, p.111-127, 2015. Disponível em: <https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/download/312/219>. Acesso em: 21 jun. 2019.

LUCAS, Ricardo Jorge de Lucena. **“Show, don’t tell”. A infografia como forma gráfico-visual específica: da produção do conceito à produção de sentido**. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Recife: UFPE, 2011. Disponível em: <https://bit.ly/2Ni6d9E>. Acesso em: 15 jun. 2019.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008. Disponível em: <https://bit.ly/3gzvMTu>. Acesso em: 25 abr. 2021.

MARTINS, Marcos André Franco; EMANUEL, Bárbara. Obamacare: presença e retórica em jornais. **Revista ALCEU** – comunicação, cultura e política, Rio de Janeiro, v.15, n.30, jan./jun. 2015. Disponível em: <https://bit.ly/2ZEI4zR>. Acesso em: 18 dez. 2019.

MATEUS, Samuel. **Introdução à retórica no séc. XXI**. Covilhã: Editora LabCom.IFP - Universidade da Beira Interior, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/39nhWMF>. Acesso em: 26 out. 2019.

MATEUS, Samuel. Pode uma imagem ser um argumento? **Revista Famecos** - mídia, cultura e tecnologia. Porto Alegre, v.23, n.2, maio, junho, julho e agosto de 2016. Disponível em: <https://bit.ly/2Jl2hCS>. Acesso em: 27 ago. 2019.

MATOS, Andrea Maria dos Santos. Desempenho em leitura e resolução de problemas matemáticos na Prova Brasil. Tese (Doutorado em Educação), Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2018. Disponível em: https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/9199/2/ANDREA_MARIA_SANTOS_MATOS.pdf. Acesso em: 20 fev. 2021.

MAZZALI, Cristina Gisele. Retórica de Aristóteles a Perelman. **Revista Direitos fundamentais e democracia**. Faculdades Integradas do Brasil. Curso de Mestrado em Direito da UniBrasil, Curitiba, n.4, p.1-16, jul/dez 2008. Disponível em: <https://bit.ly/3dBZUcT>. Acesso em: 20 ago. 2019.

MEDEIROS, Emerson Augusto de; AMORIM, Giovana Carla Cardoso. Análise textual discursiva: dispositivo analítico de dados qualitativos para a pesquisa em educação. **Laplage em Revista**. Sorocaba, v.3, n.3, p.247-260, set. /dez. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2LjaT13>. Acesso em: 20 dez. 2020.

MELO, Desirée Paschoal de; MELO, Venise Paschoal de. **Uma introdução à semiótica peirceana**. UNICENTRO: Paraná, 2015. Disponível em: <https://bit.ly/39L3d2b>. Acesso em: 11 out. 2020.

LA RHÉTORIQUE DANS L'HISTOIRE, D'ARISTOTE À PERELMAN. LE RENOUVEAU CONTEMPORAIN DE LA RHÉTORIQUE. Conférencier Invité apresentada por Michel Meyer. Paris: Fondation Bettencourt Shueller, 03 mar. 2011. 1 vídeo (55min 13seg). Publicado pelo Collège de France (1930). Disponível em: <https://bit.ly/2V1Z15B>. Acesso em: 11 jun. 2019.

MEYER, Michel. A problematologia como chave para a unidade da retórica. *In: História da Retórica*. MEYER, M. CARRILHO, M. M.; TIMMERMANS, B.. Lisboa: Temas e debates, 2002. p.265-298.

MORAES, Ary. **Infografia: história e projeto**. São Paulo: Blucher, 2013.

MORAES, Roque; GALIAZZI, Maria do Carmo. Análise textual discursiva: Processo reconstrutivo de múltiplas faces. **Revista Ciência e Educação**, v.12, n.1, p.117-128, 2006. Disponível em: <https://bit.ly/38MTear>. Acesso em: 02 dez. 2010.

MOSCA, Lineide Salvador (Org.). Velhas e novas retóricas: convergências e desdobramentos. In: **Retóricas de ontem e de hoje**. São Paulo: Humanitas, 1997, p.17-54. Disponível em: <https://bit.ly/3dHBwqz>. Acesso em: 21 ago. 2019.

NASCIMENTO, Rosemberg Gomes. Infográficos: conceitos, tipos e recursos semióticos. Dissertação (Mestrado em Letras) - concentração em Linguística, do Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/11283>. Acesso em: 04 maio 2019.

NOGUEIRA, Daniel Moura. Visualização de dados: o discurso persuasivo dos atributos visuais nos infográficos. Dissertação (Mestrado em Designer) - concentração em Artes e Desingner, Pontífica Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <https://bit.ly/2UoCIHu>. Acesso em: 25 set. 2019.

O'KEEFE, Daniel J. Two concepts of argument. In: **Journal of the American Forensic Association**, v.8, n.3, p.121–128, Winter, 1977. Disponível em: <https://bit.ly/39u7Jhw>. Acesso em: 14 jun. 2019.

OLIVEIRA, Elisângela Magela. Transformações no mundo do trabalho, da revolução industrial aos nossos dias. **Revista Online Caminhos da Geografia**, n.6, p.84-96, Fev. / 2004. Disponível em: <https://bit.ly/37V88dJ>. Acesso em: 14 abr. 2020.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia científica**: um manual para a realização de pesquisas em Administração. Catalão: UFG - Universidade Federal de Goiás, 2011. Disponível em: <https://bit.ly/2NlqPh2>. Acesso em: 12 abr. 2020.

PASSOS, Rafael Coelho dos. Infografia jornalística para a web: caminho para a produção à luz da multimodalidade. **Anais [...]**. Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9/2015. Disponível em: <https://bit.ly/33w9339>. Acesso em: 04 nov. 2020.

PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação**: A Nova Retórica. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2014.

PERELMAN, Chaïm. **O império retórico**. Tradução: Fernando Trindade e Rui Alexandre Grácio. Edições ASA: Porto, 1992 [1977].

PEIRCE, Charles Sanders. Semiótica. São Paulo: Perspectiva, 2003.

PLANTIN, Christian. **A argumentação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

RIBEIRO, Ana Elisa. **Textos multimodais**: leitura e produção. São Paulo: Parábola Editorial, 2016.

ROQUE, Georges. Prolegômenos à análise da argumentação visual. **EID&A – Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**. Ilhéus, n.12, p.234-254,

jul./dez. 2016. Disponível em: <https://doi.galoa.com.br/doi/10.17648/eidea-12-1327>. Acesso em: 02 maio 2019.

ROQUE, Georges. Visual argumentation. A further reappraisal. In: Frans Hendrik Van Eemeren; Bart Garssen (Eds.), **Topical themes in argumentation theory: Twenty exploratory studies**. Dordrecht: Springer, 2012, p.1720-1734. Disponível em: <https://bit.ly/3d9eTcL>. Acesso em: 07 jun. 2019.

ROQUE, Georges. What Is Visual in Visual Argumentation? [...]. In: 8ª Conferência da Ontário Sociedade de Estudos da Argumentação (OSSA), v.8, 2009, Canadá, **Anais** [...]. Ontário: OSSA, 2009. p.1-9. Disponível em: <https://bit.ly/2YmTiJG>. Acesso em: 26 jun. 2019.

SAMPAIO Rosana Ferreira; MANCINI, Marisa Cota. Estudos de revisão sistemática: Uma guia para síntese criteriosa da evidência científica. **Revista Brasileira de Fisioterapia**. São Carlos, v.11, n.1, p.83-89, jan/fev. 2007. Disponível em: <https://bit.ly/3iiBvf9> . Acesso em: 01 maio 2019.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é Semiótica**. Brasiliense: São Paulo, 2012. Disponível em: <https://bit.ly/3g0rHFI>. Acesso em: 20 nov. 2020.

SILVA, Regiane Caire. A imagem impressa nos livros de Botânica no século XIX: cor e forma. Tese (Doutorado em História da Ciência), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <file:///C:/Users/USURIO~2/AppData/Local/Temp/Regiane%20Caire%20Silva.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2020.

SOUSA, Robson Simplicio de; GALIAZZI, Maria do Carmo; SCHIMIDT, Elisabeth Brandão. Interpretações fenomenológicas e hermenêuticas a partir da análise textual discursiva: a compreensão em pesquisas na educação em ciências. **Revista Pesquisa Qualitativa**. São Paulo (SP), v.4, n.6, p.311-333, dez. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/2Xj64Id>. Acesso em: 20 dez. 2020.

SOUZA, Juliana Alles de Camargo de. Infográfico: modos de ver e ler ciência na mídia. Revista **Bakhtiniana**, São Paulo, v.11, n.2, p.190-206, Maio/Ago. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/38lzpY>. Acesso em: 06 set. 2019.

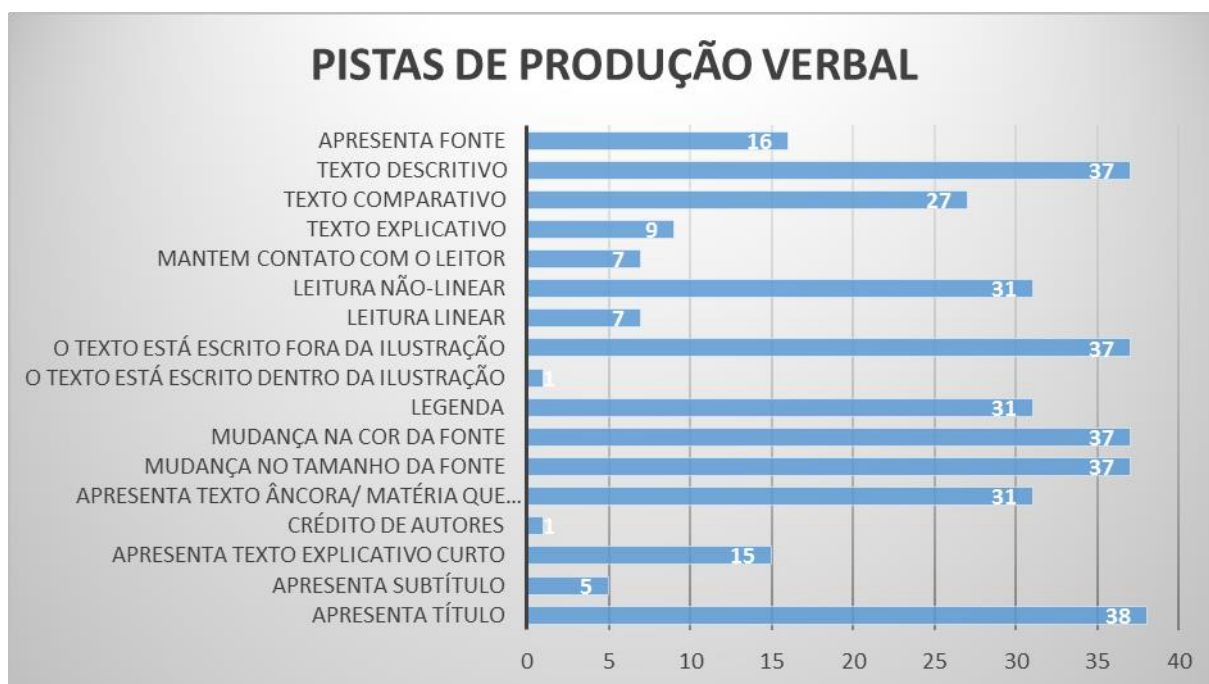
TEIXEIRA, Tattiana. **Infografia e jornalismo: conceitos, análises e perspectivas**, Salvador: EDUFBA, 2010. Disponível em: <https://bit.ly/3hRc5Vc>. Acesso em: 25 mai. 2020.

TEIXEIRA, Tattiana. A presença da infografia no jornalismo brasileiro – proposta de tipologia e classificação como gênero jornalístico a partir de um estudo de caso. **Revista Fronteiras** – estudos midiáticos, v.2, n.9, maio/ agosto de 2007, p.111-120. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/5847>. Acesso em: 11 abr. 2020.

TEIXEIRA, Tattiana. O futuro do presente: os desafios da Infografia jornalística. **Revista Ícone**, n.2, dez de 2009, p.1-17. Disponível em: <https://bit.ly/2zQ2EEs>. Acesso em: 16 abr. 2020.

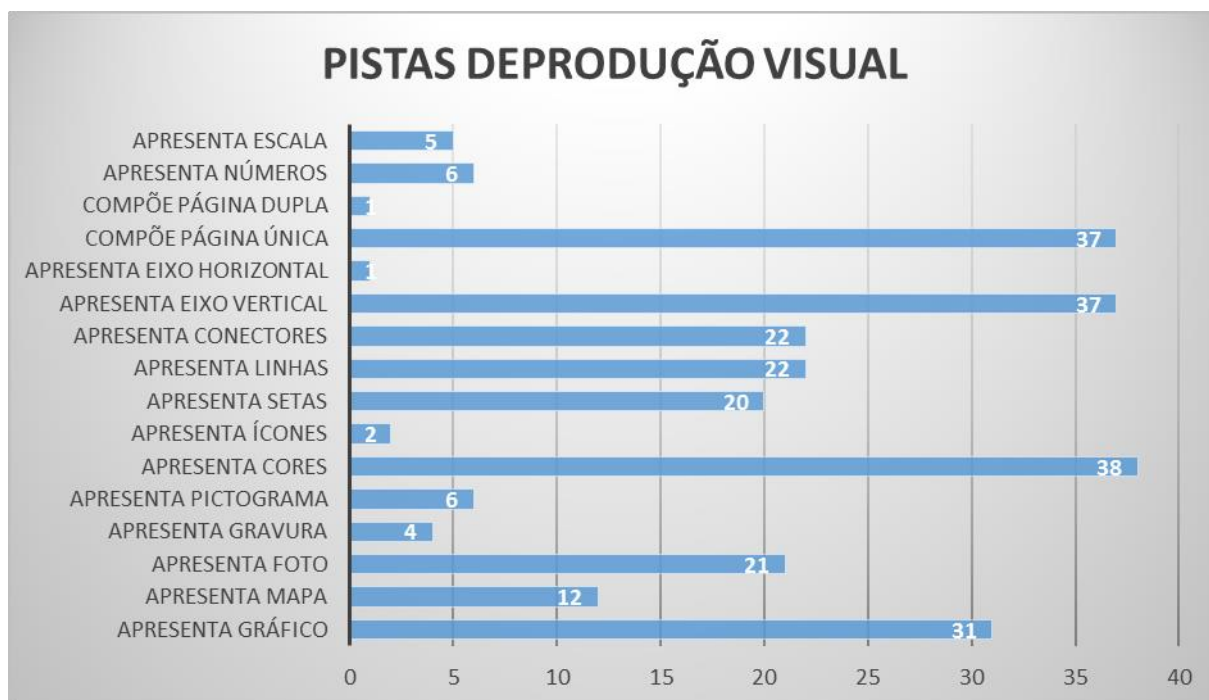
ANEXOS

Anexo 1 – Gráfico com pistas de produção verbal



Fonte: Do próprio autor.

Anexo 2 – Gráfico com pistas de produção visual



Fonte: Do próprio autor.